الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر –باتنة–

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و العلوم الإسلامية

نيابة العمادة المكلفة بالدراسات العليا والبحث العلمي

قسم علوم الإعلام والاتصال

رقم التسجيل..............

الرقم التسلسلي...........

تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي

-طلبة جامعة قسنطينة أنموذجا-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير * تخصص: الإعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة*

إعداد الطالبة:
مريم ماضوي

إشراف الأستاذ:
د. احمد عيساوي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د حسين قادري	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة	رئيسا
أ.د أحمد عيساوي	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة	مشرفا
أ.د مقلاتي صحراوي	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة	عضوا
أ.د بوالدهان محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة سطيف	عضوا

<u>السنة الجامعية: 2013/2012</u>

شكر وتقدير

قال الله تعالى:

بسم الله الرحمن الرحيم: **"رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ"** -صدق الله العظيم-

أحمد الله العلي القدير وأثني عليه الثناء كله فبفضله وتوفيقه تم انجاز هذا البحث، واصلي واسلم على خير الانام وخاتم المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير والاحترام الى الدكتور "أحمد عيساوي" وذلك لتفضله بالإشراف هلى هذا البحث، ولما قدمه لي من عون ورعاية وجهد عظيم طوال فترة البحث، فكان الناصح والمرشد الذي غمرني بفضله وعلمني بعلمه ولم يدخر جهدا ولم يبخل *عَلَيَّ بشيء، فألف شكر لك استاذي المحترم.*

كما اتقدم بالشكر والامتنان الى اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قسنطينة وعلى رأسهم البروفيسور فضيل دليو، البروفيسور جغيم محمد الطاهر، والأستاذ كرور زهير، كما اشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة الدراسة.

كما لا يفوتني ان اتقدم بالشكر الى كل من ساعدني في انجاز هذا البحث وشجعني ولو بابتسامة...

اهداء

♥ إلى كل النفوس الطيبة

♥ إلى أبي وأمي وإخوتي

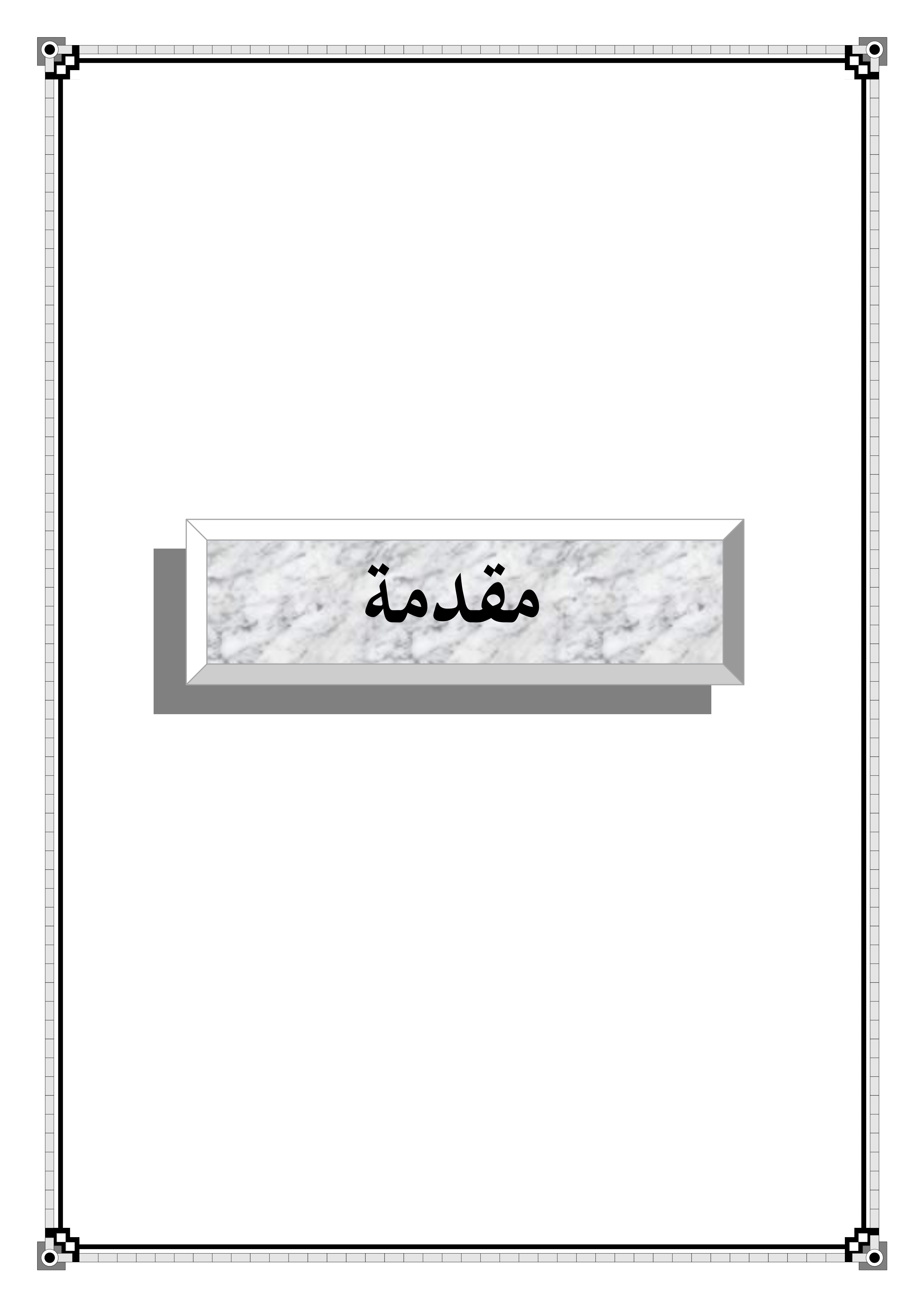
♥ إلى عائلتي الكبيرة

♥ إلى صديقاتي وأصدقائي

♥ إلى كل طالب علم

♥ إلى كل انسان خيّر

مريم ♥♥♥



مقدمة

مقدمة:

لطالما اعتبر الاتصال الميكانيزم الأساسي والمحرك الرئيسي لحياة الإنسان، فهو سبيله لفهم واقعه والتعاطي مع بيئته وبناء علاقاته مع الآخرين، لذا حرص الإنسان خلال مراحل حياته على تطوير هذه العملية ووسائلها بما يجعلها أكثر ديناميكية وسرعة، وبما يسمح بإكسابها أبعادا جديدة وجعلها تتماشى ومتطلباته اليومية وتطلعاته الاتصالية، فطور وسائله وطرقه المعتمدة في إيصال الرسائل إلى الغير وبناء المجتمع. فمنذ بداية الوجود البشري والوسائل الاتصالية حاضرة بقوة، ولطالما كانت مجرد تكريس لحاجة الإنسان للتواصل مع غيره، فكانت تتطور بتطور هذه الحاجة واتساع أبعادها، فانتقل الإنسان من أساليب الاتصال البدائية، القائمة على قدراته الجسدية أو قدرات الحيوانات التي كان يسخرها لخدمة مختلف مصالحه، إلى أساليب أكثر تطورا وفعالية، قائمة على التكنولوجيا المعقدة، فأصبح الاتصال يتم عن بعد، وتم الاستغناء عن الأسلاك، اذ تعد ثورة الاتصالات اللاسلكية أول خطوة خطاها الانسان نحو تغيير مفهومه للاتصال، الذي ارتبط في بداياته بالمكان والزمان، لتليها الثورة الرقمية التي حطمت كل القيود التي قد تعترض العملية الاتصالية، وجعلت منها أكثر بساطة وسهولة، وفتحت المجال واسعا أمام تطور الوسائل الاتصالية، وجعلتها تميل أكثر إلى التنقل والصغر في الحجم. وقد أدخلت التقنيات الاتصالية الجديدة الإنسان عصرا مغايرا عن ذلك الذي كان يعيشه، عصر تتنافى فيه الحدود وتتلاشى، فأصبح العالم فضاءا مفتوحا ومكانا لا يعترف بالحدود، لا الجغرافية ولا السياسية ولا الاقتصادية ولا حتى الأخلاقية والقيمية.

إن المتتبع للمسار التطوري لوسائل الاتصال، يلحظ أن هذا التطور ارتبط دائما أو صاحب تطورات وتغيرات تمس حياة الأفراد وأشكال انتظامها، وكلما برزت وسيلة اتصالية جديدة، برز معها تنظيم اجتماعي وسياسي واقتصادي وثقافي جديد، الأمر الذي أدى إلى تغيير النظرة اتجاه هذه الوسائل، من مجرد اضافات للعملية الاتصالية، قد تزيد من سهولتها أو تعقيدها، إلى وسائل لها انعكاساتها ومتغيراتها التي تطرأ على العملية الاتصالية وحياة الإنسان على حد سواء، لذا لطالما اهتم المختصون والباحثون في مجال الاتصال بدراسة الآثار الناجمة عن وسائل الاتصال، على اعتبار أن الوقوف على هذه الآثار -بشقيها الإيجابي والسلبي-، يمنحنا فهما أعمق لطبيعة هذه الوسائل وما أضافته للعملية الاتصالية والكيفية الواجبة للتعامل معها.

ومن بين أهم منتجات التكنولوجيا التي باتت تشكل اليوم ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها، وسيلة الهاتف النقال، التي جعلت الإنسان على اتصال دائم بغيره في أي مكان كان فيه، وقد انتشر استخدام هذا الجهاز بين الناس بشكل كبير وسرعان ما احتل مكانة مهمة في حياتهم اليومية، لدرجة أن البعض أدمن على استخدامه.

والجزائر كغيرها من الدول عرفت ولوج هذه التقنية أراضيها وإقبال سكانها عليها بكثرة، ما شكل ثقافة لدى الناس يمكن أن نطلق عليها ثقافة الهاتف النقال، الذي شكل في بداياته نوعا من الموضة والبرستيج، وكان اقتناءه بدافع التقليد والتباهي لا غير، ليتحول فيما بعد إلى ضرورة من ضروريات الحياة التي لا يمكن الاستغناء عنها، والملاحظ أن هذه الوسيلة تستخدم بكثرة من قبل فئة الشباب، خاصة وأن الشركات المصنعة لهذه الأجهزة تستهدف بكثرة هذه الشريحة من المجتمع، ويظهر ذلك من خلال التطبيقات والخدمات الموفرة فيها والتي تتماشى في اغلبها وحاجيات فئة الشباب، ما جعلهم ينكبون على استخدامها، خاصة ما تعلق منها بالموسيقى والصور والانترنت وغيرها.

إن الهاتف النقال ومع كل ما وفره من إمكانات اتصالية، جعلت الفرد يستغني عن التنقل للاتصال بالآخر، ووضع أمامه فرصة التواصل بالصوت وحتى بالصورة، مع إمكانات الجيل الرابع من شبكات الهاتف النقال، هذا الوضع غيَّر الكثير في قوانين العملية الاتصالية، الأمر الذي يجعلنا لا نقف أمام هذه التكنولوجيا عند حدود إمكاناتها الاتصالية، بل لا بد من النظر إلى انعكاساتها على عملية الاتصال، حتى نقف على ما أضافته لها وما ألغته منها. فهذه المنتجات باستطاعتها تغيير كافة القوانين التي عرفها الإنسان حول العملية الاتصالية. وانطلاقا من هذا جاءت دراستنا هذه التي تهتم بدراسة آثار الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، والتي نحاول من خلالها أن نقف على جملة التغييرات التي أحدثها الهاتف النقال على العملية الاتصالية والطرق المعهودة للتواصل لدى الطالب الجامعي، وذلك من خلال طرح إشكالية حول ماهية "**تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي**"، وهي الإشكالية التي تم تفكيكها إلى عدة تساؤلات ستحاول الدراسة الإجابة على بعضها من خلال الجزء النظري، وعلى الآخر من خلال الدراسة الميدانية، حيث تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول كالآتي:

الفصل الأول يحمل عنوان: **الإطار المنهجي للدراسة** ويتضمن مختلف الإجراءات المنهجية التي تم إتباعها في انجاز هذه الدراسة انطلاقا من:

تحديد موضوع الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهدافها، الدراسات السابقة، الإشكالية وتساؤلاتها، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، عينة الدراسة، مجالات الدراسة، الخلفية النظرية للدراسة ومفاهيم ومصطلحات الدراسة.

أما الفصل الثاني فهو يحمل عنوان: **مدخل إلى الاتصال** تطرقنا من خلاله إلى:

التطور التاريخي للاتصال، عناصر ومحددات العملية الاتصالية، أشكال الاتصال، الاتصال في عصر التكنولوجيا، والأهمية الاجتماعية للاتصال.

أما الفصل الثالث فيحمل عنوان: **الهاتف النقال** وتناولنا فيه:

نشأة وتطور الهاتف النقال، قطاعات سوق الهاتف النقال، كيفية عمل الهاتف النقال، خدمات الهاتف النقال، استخدامات الهاتف النقال، ايجابيات وسلبيات الهاتف النقال وأخيرا الهاتف النقال في الجزائر.

أما الفصل الرابع فهو مخصص للجانب الميداني ويتضمن أساسا نتائج الدراسة الميدانية فيما يخص:

استخدامات الهاتف النقال، دوافع استخدام الهاتف النقال، الهاتف النقال والاتصال الاجتماعي، الاتصال الوسيلي والبعد الانساني للعلاقات بين الأفراد، النتائج العامة للدراسة، ونتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة.

فنرجو أن يضيف هذا العمل ولو الشيء البسيط إلى ميدان العلم والبحث العلمي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

I. موضوع الدراسة

1. تحديد موضوع الدراسة
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. الدراسات السابقة
6. الإشكالية وتساؤلاتها

II. منهجية الدراسة

1. نوع الدراسة ومنهجها
2. أدوات جمع البيانات
3. عينة الدراسة
4. مجالات الدراسة
5. الخلفية النظرية للدراسة
6. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

I. موضوع الدراسة:

1. تحديد الموضوع:

الاتصال هو ذلك النشاط الضروري في الحياة الاجتماعية، وعامل من عوامل استمرارها. فهو العملية أو الميكانيزم الذي يسمح بتبادل الأفكار و المعلومات (إرسال و استقبال)، ما يقود إلى تشكيل العلاقات الإنسانية و توطيدها و استمرارها في الزمان و المكان. إذ عرفه [كولي تشارلز هورتون– cooly charls horton] بأنه: "الأسلوب الذي تتكون من خلاله العلاقات الإنسانية و تستمر في الوجود، وهو يتكون من جميع الرموز الروحية، بما فيها الوسائل التي تنتقل عبر المكان، ويتم الحفاظ على استمرارها عبر الزمان، وتشمل تلك الوسائل تعبيرات الوجه ووضع الجسم والحركات الجسمية، ونغمة الصوت والكلمات و الكتابة، والطباعة، والسكك الحديدية، والتلغراف والتلفون، وكل ما يستحدث من وسائل متجددة تستخدم لعبور المكان و تخطي الزمان"[1].

و يتخذ الاتصال داخل الجماعات أنماطا وأشكالا متعددة تتنوع ما بين الاتصال اللفظي و غير اللفظي، الشخصي، التنظيمي، الجماهيري وغيرها من الأشكال، التي وجدت– نظرا للحاجة إليها– من أجل تنظيم الحياة الاجتماعية.

و قد تطورت أنماط الاتصال ووسائله، تبعا لتطور المجتمعات واتساع نشاطاتها وقطاعاتها وهو ما كان له أثره على عملية الاتصال– ككل – بكافة عناصرها، إن كان على مستوى المرسل والمستقبل أو التأثير.
وقد عمل الإنسان على تطوير وسائله الاتصالية بما يضمن له فاعلية أكثر في الأداء، وسرعة في تبادل المعلومات، ما يسهل الحياة و يختصر الوقت و الجهد. فعرفت البشرية العديد من وسائل الاتصال التي ما فتئت تتطور و تتعدد وظائفها، بدءا من اللغة، ووصولا إلى منتجات التكنولوجيا الحديثة، التي أحدثت تغييرا جذريا في المجتمعات، سواء على مستوى استخدام الوسيلة، أو آثارها على الجوانب الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، وحتى السياسية. فطبقا لنظرية [الحتمية التكنولوجية](لماكلوهان)، فإن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في فترة من الفترات هي التي تؤثر في كيفية التفكير، و كيفية تنظيم المجتمعات ... فالتحول في تكنولوجيا الاتصال يؤدي إلى التحول في التنظيم الاجتماعي[2]. ويمكن ملاحظة هذا التصور بشكل جلي في مجتمعات القرن الواحد والعشرين، عصر التكنولوجيا والمجتمعات المعلوماتية، التي تستخدم فيها تكنولوجيا المعلومات، وأجهزة الكمبيوتر، ووسائل الاتصال عن بعد على نطاق واسع، وبتكلفة منخفضة، لتسهيل الاتصالات على المستوى القومي والدولي ولتوفير فرص الحصول على خدمات المكتبات، وأرشيف المعلومات وغيرها من المصادر، التي تملكها المنظمات الخاصة أو التي تملكها الحكومة. وهناك من يرى أن هذه التسهيلات المتعاظمة قد أوجدت مجتمعا مختلفا اختلافا نوعيا،

---

[1] - حسين خريف، **المدخل إلى الاتصال و التكيف الاجتماعي**،(د ط، قسنطينة، مخبر علم الاجتماع الاتصال، 2005)، ص: 19.

[2] - فضيل دليو، **الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، (ط 1، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003)، ص:36.

مجتمعا يختلف عما سبقه من أنماط، فهو يختلف عن المجتمع الزراعي، والمجتمع الصناعي، فهو مجتمع ما بعد الصناعي[3]. فمنذ أن غزت منتجات ثورة المعلومات والاتصال حياة الفرد، تغيرت أساليب وأنماط حياته و طبيعة علاقاته الاجتماعية، وكيفية وأسس بنائها، فكان لهذه المستحدثات الاتصالية آثارها التي جلبت إليها أنظار العديد من الباحثين، وأضافت أبعادا جديدة للعملية الاتصالية خاصة مع انتشارها الواسع والمتسارع.

والمتأمل للمحيط الاتصالي الوسيلي الذي أصبح يطبع الحياة المعاصرة، سيجد أن الوسائل الحديثة أصبحت تشكل جزءا من حياة الفرد لا يمكن فصله عنه، من هذه الوسائل جهاز الهاتف النقال الذي جلب إليه أنظار المستخدمين، وشكل ثورة في عالم الاتصالات، ألغت الفروق المكانية والزمانية بين طرفي الاتصال، فهذا الجهاز الصغير الذي يمكن وضعه في الجيب و أخذه إلى أي مكان، أتاح للفرد العديد من الخدمات التي سهلت عليه القيام بنشاطاته المتعددة، فوظيفته غدت لا تقتصر على إجراء المكالمات الهاتفية فحسب، بل تحول إلى مكتب متنقل يمكن من خلاله إرسال الرسائل واستقبالها (نصية ومصورة)، وحفظ المعلومات وتبادلها، والربط بشبكة الانترنت، والتقاط الصور، وتسجيل الأفلام ومشاهدتها ... وغيرها من التطبيقات التي أتاحتها الوسائط المتعددة الملحقة بالهاتف النقال أو المحمول، وهو ما ساعد في انتشاره بشكل كبير داخل المجتمعات، وبات يشكل جزءا من شخصية الأفراد الذين انبهروا بهذه التكنولوجيا في البداية، واتجهوا لاقتنائها على سبيل مواكبة العصر، فشكل امتلاك الهاتف النقال في بداياته –خاصة في المجتمعات العربية– نوعا من الاستعلاء الاجتماعي لا غير، لكن من خلال استخدامه أو تجريب استخدامه راح يأخذ أبعادا أخرى، إذ تم اكتشاف فائدة هذا الجهاز و المجالات التي يمكن استعماله فيها من جهة، والتعود وزيادة الاعتماد عليه من جهة أخرى، ما جعل الأفراد يتبنون هذه التكنولوجيا ويجعلونها جزءا من حياتهم. وبناءا على نظرية [انتشار الابتكارات] التي ترى أن مراحل عملية تبني المبتكرات تمر عبر الوعي بالفكرة (أي فكرة الابتكار)، الاهتمام، التقويم، والتجريب ليتم بعد ذلك تبني المبتكر أو الابتكار، وطبقا لهذا، فإن الهاتف النقال قد وصل إلى مرحلة الرضى، ويعكس ذلك الانتشار الواسع له بين الأوساط الاجتماعية، وهو الواقع الذي شجع المصنعين على تطوير تطبيقاته، وتكييف وظائف جديدة تتماشى مع طبيعته.

والجزائر كغيرها من دول العالم التي تحاول ركوب موجة التكنولوجيا، واللحاق بركب المجتمعات المعلوماتية، عرفت انتشارا واسعا لتقنية الهاتف النقال، إذ أدت سياسة الدولة، القائمة على تشجيع وتطوير قطاع الاتصالات، إلى تسهيل تجارة الهواتف النقالة داخل البلد، إن كان على مستوى الأجهزة، أو شبكات الاتصالات الخاصة بالمحمول، حيث تعرف السوق الجزائرية منافسة حادة بين ثلاث شركات هي: موبيليس (اتصالات الجزائر)، وجيزي (أوراسكوم تيليكوم المصرية)، ونجمة(الوطنية للاتصالات الكويتية)،

---

[3]- طارق سيد احمد الخليفي، **الاعلام المحلي في عصر المعلومات**،(ط01، لبنان، دار النهضة العربية، 2010)، ص :26.

ما أدى إلى انخفاض أسعار الاشتراكات نسبيا، مقارنة بمتوسط دخل الفرد الجزائري. كما أن سياسة السوق المفتوحة، وغزو منتجات الشركات المصنعة لأجهزة المحمول، أدى هو الآخر إلى جعل سعر أجهزة الهاتف النقال معقولة نوعا ما (حسب درجة تطور الجهاز). كلها عوامل جعلت من امتلاك واستخدام الفرد الجزائري للهاتف النقال في تزايد منذ عام 1991 إلى يومنا هذا، ولم يعد حكرا على فئة عمرية دون سواها. ومن خلال ملاحظتنا للواقع وقفنا على ظاهرة الانتشار الكبير لهذه الوسيلة في أوساط الطلبة الجامعيين، وكثرة استخدامه، بل إن الأمر وصل حد الإدمان لدى البعض، وعدم القدرة على مفارقة الجهاز حتى داخل قاعات الدرس، هذا الإقبال الواسع والاستخدام المتنامي للهاتف النقال، أفرز أنماطا اتصالية جديدة لدى الطالب الجامعي، تتم بواسطته، بعضها مبني على الأشكال الأولى للاتصال، ومنها ما أضاف أبعادا جديدة لأشكال الاتصال (خاصة الاتصال الوسيلي)، وفي الوقت نفسه قد يكون الهاتف النقال سببا في انحسار بعض طرق الاتصال، خاصة الاتصال المواجهي أو الشخصي (بين الأقارب، الأصدقاء...) الذي يكتسي أهمية بالغة داخل المجتمع الجزائري خاصة خلال المناسبات الدينية، وتبادل الزيارات مع الأهل و الجيران...

وأمام هذا الوضع لابد من النظر إلى الهاتف النقال لا كوسيلة تسهل الاتصال فقط، بل كوسيلة أثرت في العملية الاتصالية و أكسبتها أبعادا أخرى، ومحاولة الكشف عن مختلف ااالأنماط التي خلقتها كطرق جديدة للاتصال لدى الطلبة الجامعيين والتي قد تؤثر على الأشكال المعروفة مسبقا.

2.أسباب اختيار الموضوع:

ا) أسباب ذاتية:

1. شغف شخصي بالموضوع.
2. اهتمام الباحثة بمستحدثات التكنولوجيا وتأثيراتها .
3. رغبة في إثراء المكتبة الجامعية التي تفتقر سواء للدراسات المتعلقة بتأثيرات التكنولوجيا أو المادة النظرية المرتبطة بمنتجات هذه التكنولوجيا.

ب) أسباب موضوعية:

1. انتشار الهاتف النقال بشكل ملفت للانتباه، وبصورة مضطردة داخل المجتمعات، وخاصة في أوساط الطلبة الجامعيين.
2. تقنية الهاتف النقال كثورة تكنولوجيا أحدثت العديد من التغيرات على أسلوب حياة الأفراد وطرق تواصلهم.
3. تنامي اعتماد الطالب الجامعي على هذا الاختراع في كافة نشاطات حياته اليومية.
4. قلة الدراسات حول الآثار الاتصالية للهاتف النقال في الجزائر.
5. ضرورة البحث في تأثيرات الاستعمال المكثف للهاتف النقال، باعتباره وسيلة اتصالية، على طرق وأشكال الاتصال بين الأفراد داخل المجتمع وخصوصا على مستوى الطلبة الجامعيين، باعتبارهم أكثر استخداما لهذا الجهاز.

3.أهمية الدراسة:

يكتسي الموضوع أهميته من حيث أنه يتناول تأثيرات الهاتف النقال، هذه التكنولوجيا التي جذبت إليها أنظار المستخدمين، الذين وجدوا فيها وسيلة عملية تسهل لهم الارتباط بالعالم والتواصل دون الحاجة إلى التنقل، فحولوا هذا الجهاز إلى رفيق دائم لهم يلازمهم في السراء و الضراء، وأوجدوا من خلاله أشكالا وأنماطا اتصالية جديدة، لابد من الوقوف عليها، ومحاولة فهم الآليات الجديدة التي أصبحت تتم من خلالها عملية الاتصال عبر هذه الوسيلة.

إذ لا يجب الوقوف أمام هذه التكنولوجيا، التي تتوغل بسرعة داخل مجتمعاتنا، موقف المتفرج على ما تحدثه، بل ينبغي الوقوف على آثارها وإفرازاتها وانعكاساتها على كافة مستويات الحياة، حتى نستطيع التعامل معها بشكل عقلاني. ولما كانت تكنولوجيا الهاتف النقال اتصالية بالدرجة الأولى، هدفها الرئيسي تسهيل و تسريع الاتصالات، فإنه من المهم دراسة ما أضافته هذه التكنولوجيا للعملية الاتصالية وأشكال التغيرات التي أدخلتها عليها، ومن هذا المنطلق، فإنه من المهم محاولة معرفة الأنماط الاتصالية الجديدة التي فرضها الهاتف النقال، ومدى تأثيره على الأنماط المعهودة بالنسبة للطالب الجامعي.

4.أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة:

1. أهم التطورات التي عرفها الهاتف النقال.
2. كيفية استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي.
3. الدوافع والحاجات الاتصالية التي تدفع الطالب الجامعي إلى استخدام الهاتف النقال.
4. التأثيرات التي أحدثها الهاتف النقال على أنماط الاتصال لدى الطالب الجامعي خاصة الاتصال الشخصي.
5. إلى أي مدى يسهم الهاتف النقال في تعزيز بعض أنماط الاتصال لدى الطالب الجامعي كالاتصال الوسيلي والاتصال المكتوب.
6. هل فرض الهاتف النقال أنواعا اتصالية جديدة أم انه مجرد وسيلة لتدعيم الطرق القديمة في صورة تكنولوجية حديثة.

5.الدراسات السابقة:

1.5-الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

دراسة (عبير محمد سرور) بعنوان :**الجوال وتأثيره في علاقة الشباب في ريف مدينة دمشق،مدينة دومة نموذجا**، جامعة حلب، 2010[4].

إذ محورت الباحثة إشكالية دراستها حول تأثير الجوَّالُ في الحياة اليوميّة؛ وترى انه أصبح شديد الالتصاق بالأفراد، أو بالتعبير الأدقّ: أصبح الأفراد شديدي الالتصاق به، فتجاوز مهمته الأساسية لتسهيل الاتصال وأصبح يستخدم للترفيه والاستمتاع بوسائله المتعددة؛ فلماذا يحدث هذا وكيف؟ وما هي تبعاته علينا كأفراد وعلى محيطنا الاجتماعي؟. وقد درست" الجوَّال" من ناحية تأثيره في علاقة الشباب وفق الثنائيات الآتية: (ذكور– إناث) و(ذكور– ذكور) و(إناث – إناث)؛ مُبرزة دوره في إضافة ظواهر بنائيّة للبناء الاجتماعيّ للمجتمع الدُّومانيّ. هذه المدينة التي طرأت عليها تغيرات في مسألة علاقة الشباب بعد دخول شبكة الهاتف "الخليوي" إليها بتاريخ 2000/2/14 منطلقة من التساؤلات التالية:

1-هل اقتصر استعمال الجوَّال في مدينة دوما على فئة اجتماعية محددة؟
2-كيف كانت علاقة الشباب قبل دخول شبكة الهاتف الجوَّال إلى المجتمع الدُّومانيّ؟
3- ما هي الظواهر الاجتماعية التي أضافها الجوَّال على علاقة الشباب: (ذكور – إناث) و(ذكور- ذكور) و(إناث – إناث) في مدينة دوما؟

4-هل تستعمل الإناث الجوَّال ذاتَه بتقنياته / بلوتوث – كاميرا– مشغل...mp3 إلخ/ كما يستعمله الذّكور ؟

واعتمدت الدراسة على المنهجَ الوصفيَّ التحليليَّ، مستعينةً بالملاحظةِ والمقابلات الشخصيّةِ مع مجموعة من الشباب الذين ينتمون إلى المجتمع الدُّومانيّ، ويَقتنون الهاتفَ الجوَّالَ ويستعملونه في الشارع والجامعة والمنزل والمواصلات....الخ. وهي العينة التي كانت مكونة من (20) شاباً، تنقسم إلى (10) ذكورٍ و(10) إناث، ممن تتدرج أعمارهم بين (24–19) سنة. وتمَّ إجراءُ مقابلات معهم حول ظاهرةِ الجوَّال في مدينة دوما وإلى أيِّ مدىً أثّرت هذه الظّاهرة في حياتهم اليومية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

[4]-عبير محمد سرور،**الجوال وتأثيره في علاقة الشباب في ريف دمشق –مدينة دوما انموذجا-**، مجلة جامعة حلب (كلية الآداب والعلوم الانسانية)، العدد 69، 2010، سوريا.

1. أوجد الجوال ثقافة جديدة تسمى ثقافة الجوال أفرزت جملة من المصطلحات لم تكن موجودة من قبل مثل: مسكول أو تعليمة، أرسلي مسج، شغل بلوتوث، sms، mms...الخ.
2. حقق انفكاكا وصل أحيانا حد الانفلات في ثنائية العلاقة (ذكور–إناث) من الرقابة الأسرية ويسر عملية التواصل فيما بينهم.
3. عزز مسالة الفوارق الاقتصادية بين الشباب وتظهر هذه الفوارق في عدد الخطوط التي يقتنيها الشاب ونوعية الجهاز الذي يقتنيه وقيمته المادية وميزاته الترفيهية.
4. ألغى البعد الزماني والمكاني في عملية التواصل بين الشباب، كما أنه أسهم في تقوية الروابط الاجتماعية بينهم وفسح المجال لمشاعر الود أن تزداد سواء في علاقة الأخوة أو الصداقة أو الحب.
5. سمح الجوال بحمل المشاكل الأسرية بين الزوجين إلى خارج حدود المنزل، كما أنه أسهم في كشف الخيانة الزوجية لكلا الطرفين .
6. أوجد المحمول شكلا أخر للمعاكسات بين الشباب(ذكور–إناث) وقلل المسافة الزمنية لعملية التعارف بين الجنسين.

الدراسة الثانية:

دراسة (عادل الزيات) بعنوان:**الآثار الاجتماعية والاقتصادية للهاتف الخلوي على طلبة جامعة اليرموك كنموذج**، جامعة اليرموك،الأردن،2008/2007.

وتكمن مشكلة الدراسة في التعرف على مدى التأثير الاجتماعي والثقافي لاستخدام الخليوي على طلبة جامعة اليرموك المسجلين للفصل الصيفي للعام 2008/2007 كنموذج لطلبة الجامعات الرسمية، وانعكاس ذلك على أدائهم الدراسي، وآثاره الايجابية والسلبية، ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية (الاستكشافية) التي اعتمدت منهج المسح الميداني، حيث انطلق الباحث من مجموعة من التساؤلات المتمثلة في:

1. ما هو توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن؟
2. ما هو دخل العائلة ومقارنتها بالإنفاق على الخليوي؟
3. ما هو عدد الأجهزة والخطوط المملوكة لكل فرد؟
4. ما هي أكثر شبكات تزويد الخدمة استخداما؟
5. دوافع استخدام الخليوي؟
6. ما هو تأثير الخليوي على قيم المجتمع؟
7. ما هي المدة الزمنية التي تستغرق في استخدام الخليوي يوميا؟

8. ما هي المضايقات التي يتعرض لها مستخدم الخليوي؟
9. ما هي الصعوبات الفنية في التعامل مع الخليوي؟
10. ما هي الصعوبات المادية في التعامل مع الخليوي؟
11. ما هو مدى استخدام رسائل الوسائط المتعددة؟
12. ما هو مدى التعرض لحادث سير أثناء استخدام الخليوي؟
13. ما هو استخدام الأطفال الخليوي؟
14. ما هي إمكانية الاستغناء عن الهاتف الخليوي؟
15. ما هي المشاكل الصحية التي يتعرض لها مستخدمي الخليوي؟
16. ما هو مدى تأثير الخليوي على القيم الدينية؟
17. ما هو مدى تأثير الخليوي على العملية التعليمية؟
18. ما هي دوافع استخدام الرسائل القصيرة في الخليوي؟
19. ما هي نوعية المكالمات التي يستخدمها حامل الخليوي؟

استخدم الباحث في دراسته استبانة تكونت من 30 سؤالا، وزعت على عينة الدراسة التي تكونت من 867 مفردة (522 طالبة و345 طالب). أي ما يعادل حولي 5% من مجتمع البحث الذي يتكون من (17883) طالب وطالبة وفقا لسجلات دائرة القبول والتسجيل بجامعة اليرموك للفصل الصيفي للعام 2008/2007. ويمكن تلخيص نتائج الدراسة في النقاط التالية:

1. اعتبار الخليوي سبباً رئيساً لبعض المضايقات التي يتعرض لها الأفراد و استخدامه أثناء القيادة يؤدي إلى العديد من حوادث السير.
2. 21.2% من عينة الدراسة تستخدم الخليوي لأغراض التسلية، المتمثلة في الاستماع للأغاني أو خدمة التراسل عن قرب وفق خدمة (Bluetooth)، في حين أن نسبة 60% من عينة الدراسة قد استخدمت الهاتف النقال لغرض العمل والدراسة.
3. شيوع ثقافة الإسراف الاستهلاكية التي تظهر من خلال الإنفاق على المكالمات الاتصالية أو في امتلاك أكثر من جهاز خلوي.
4. التأثير في قيم وعادات وتقاليد المجتمع حيث استخدم الجوال في ممارسات وعلاقات غير شرعية.
5. التأكيد على التأثير السلبي للخليوي على صحة البالغين والأطفال.
6. وبمقارنة هذه النتائج مع الإطار النظري للدراسة فقد تبين للباحث أن عينة الدراسة تشبع حاجاتها ورغباتها من خلال الاستخدامات المنوعة للهاتف النقال، وهو ما يتفق حسبه مع ما اتجهت إليه

البحوث في مجال الاستخدامات والاشباعات واستشهد ببحث البروفسور (Campbell Scott) حول الاتصالات الخليوية والمجال العام والذي أكد أهمية دوافع استخدام الخليوي والتأثير الاجتماعي لتقنية الاتصال الجديدة التي لم تفرق بين الاتصال الشخصي والاتصال العام حيث أن الأفراد يستخدمون أجهزة الخليوي للمعلومات وممارسة هواياتهم والاتصال مع الآخرين بعكس نموذج الاتصالات التقليدية التي أكدت على تعرض الفرد لمحتويات الرسالة الإعلامية وذكر (Campbell) بأن نظرية الاستخدامات والاشباعات لهي أكثر ملائمة لتعظيم مستوى الاتصالات الشخصية والاختيارات المتماشية مع التقنية الجديدة للخليوى.

الدراسة الثالثة:

دراسة(عبد الوهاب جودة) بعنوان:**دراسة ميدانية حول استخدام الشباب للهاتف المحمول**، مصر، 2005/2004.

تبحث الدراسة العلاقات المتبادلة بين ظاهرة استعمال الهاتف النقال والبناء الاجتماعي الثقافي العربي، كما تقف على طرق وعادات استعمال الأفراد وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي التالي :

ما التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الهاتف النقال لدى الشباب الجامعي؟

وهو التساؤل الذي ألحقه الباحث بمجموعة من الأسئلة الفرعية المتمثلة في :

1. ما أنماط استخدام الشباب الجامعي العربي للهاتف النقال؟
2. ما مبررات استخدام الشباب الجامعي العربي للهاتف النقال؟
3. ما علاقة استخدام الشباب الجامعي للهاتف النقال بالتحرر من الأماكن المحلية؟
4. ما العلاقة بين استخدام الهاتف النقال والتمايز الاجتماعي بين الشباب؟
5. ما تأثيرات استخدام الهاتف النقال علي العلاقات الأسرية للشباب؟
6. ما علاقة استعمال الهاتف بالاغتراب لدى الشباب؟
7. ما تأثير استخدام الهاتف النقال على منظومة القيم الاجتماعية لدى الشباب؟
8. ما أنماط استخدام الشباب للهاتف في مجال التعليم؟ وما تأثيراته التعليمية؟

وقد استخدم الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، أما مجتمع البحث فتمثل في طلاب جامعتي عين شمس بمصر والسلطان قابوس بسلطنة عمان حيث بلغ حجم العينة 569 مفردة.

بالإضافة إلى اعتماد الباحث على مصدر أخر وثائقي تمثل في نصوص الرسائل النصية المتاحة والمتداولة بين الشباب؛ حيث تم تجميع 1380 رسالة نصية، منها 850 رسالة من الشباب المصري، 530 رسالة نصية من الشباب العربي غير المصري.

واستعان الباحث في جمع البيانات على عدة طرق تمثلت في :الاستبيان، مجموعات النقاش البؤرية، الملاحظة المباشرة، المقابلات المفتوحة، والمناقشات الجماعية بالإضافة إلى تحليل المضمون من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة وقد توصل للنتائج التالية:

1. على مستوى استعمال الشباب للهاتف توصلت الدراسة إلى سيادة استخدام الشباب الجامعي للهاتف، ومتابعة كل جديد في عالم الهواتف، كما أن الهاتف النقال أدى إلى تغيير نمط التفاعل والتواصل الاجتماعي بين الأفراد، عن طريق المكالمات والمحادثات، والتواصل عن طريق التراسل بمختلف أنواعه، مما أدى إلى تشكيل ثقافة الرسائل النقالة، كما لاحظ الباحث من خلال هذه الدراسة سيطرة الطابع السلبي على استخدام الشباب العربي للمحمول، إذ أن دوافع استعمال الهاتف في التفاعل الاجتماعي تحددت في التواصل مع الأهل والأصدقاء من جهة، ومن جهة أخرى تمثلت في المحادثات الغرامية والعاطفية، لاسيما من خلال الرسائل النصية والتسلية والترفيه وملء وقت الفراغ، والتفاخر وإعلاء الذات، ومتابعة الأخبار والأحداث.
2. أما على مستوى التأثيرات الاجتماعية فقد خلصت الدراسة إلى أن المحمول أكد على التواصل بين الأسرة والأبناء، والقدرة على متابعتهم وهم خارج نطاق المنزل، وقدرة الأسرة على ممارسة الضبط الاجتماعي، لكنه في الوقت نفسه سهل المحادثات بين الشباب من الجنسين دون علم الأسرة، وانتشار الكذب داخل الأسرة، كما أن كثرة استخدام المحمول أدى إلى زيادة درجة الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وانعزاله عن سياقه الاجتماعي العام، واختزال العلاقات الاجتماعية إلى أقل عدد محدود من الأصدقاء، الأمر الذي أدى وبالضرورة إلى ضعف الحوارات الشخصية، والتفاعلات الاجتماعية وجها لوجه، وفقدان المعنى الاجتماعي للجلسات الاجتماعية، حتى داخل الأسرة، ومن ثم فقدان المؤانسة الاجتماعية، كما سمح الهاتف النقال بالتحرر من الأماكن والبيئات المحلية، وسهولة التنقل خارج المجتمع المحلي بالإضافة إلى مساهمته في نشر قيم الرأسمالية القائمة على الاستهلاك المفرط.
3. أما على مستوي التأثيرات التعليمية فقد توصلت الدراسة إلى أن المحمول سهل التواصل بين الطلاب وبعضهم البعض، والتواصل مع إدارة الجامعة كما أدى في الوقت نفسه إلى سيادة بعض السلوكيات الغريبة على المنظومة التعليمية، والمتمثلة في الانشغال بالهاتف النقال وقت إعطاء الدروس والانعزال عن الأستاذ المحاضر، الأمر الذي أدى إلى انخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى الطلاب. إضافة إلي ذلك، المساعدة على تفشي ظاهرة الغش في الامتحانات.

الدراسة الرابعة:

دراسة (ماجد جبران حسن صلوي) بعنوان:**الآثار الاجتماعية لاستخدامات الهاتف الجوال على الشباب السعودي**، إشراف: (سعيد فالح الغامدي)،2008.

وهي عبارة عن دراسة استطلاعية حاول الباحث من خلالها التعرف على طبيعة استخدام الشباب السعودي للهاتف الجوال ومعرفة أهم السمات الشخصية الأساسية لهذا الشباب، وكذا الآثار الاجتماعية المترتبة على هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات تؤثر في سمات الشباب العامة وأساليب حياتهم المختلفة. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي لجمع البيانات الميدانية. إذ طبقت الدراسة على عينة من 500 شاب سعودي بمدينة جدة تم اختيارهم بطريقة عمدية وتمثلت نتائج الدراسة في الآتي:

1. غالبية الشباب المستخدمين للجوال هم من العزاب وذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المنخفض.
2. سبب استخدام الهاتف الجوال هو التواصل مع الأسرة ومع الآخرين.
3. معظم الشباب يستخدمون جوالات حديثة التقنية وأن معظم استخداماتهم لهذه التقنيات تتركز على أغراض ترفيهية وعاطفية، إذ أن 82% من عينة الدراسة يستخدمون التصوير بكاميرا الفيديو المرتبطة بالهاتف الجوال، و29%يقومون بمراسلة القنوات الفضائية، و77% يرسلون مقاطع الفيديو، و31% يفضلون الاحتفاظ بمقاطع الفيديو الإباحية. واتضح أيضا أن مابين 50%– 60% من الشباب يستخدمون هواتفهم في إرسال رسائل بلوتوث للفتيات بقصد التعرف وفي معاكستهم واتصالهم ومراسلتهم ومواعيدهم الغرامية وعلاقاتهم العاطفية مع الجنس الآخر.

2.5– الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

دراسة (صفاح أمال فاطمة الزهراء) بعنوان: **استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي (دراسة ميدانية في أوساط طلبة جامعة مستغانم)**، جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم–، 2010/2009.

وهي عبارة عن دراسة حاولت من خلالها الباحثة الكشف عن طرق استخدام الطلبة الجامعيين للهاتف النقال، وانعكاسات هذا الاستخدام على سلوكهم الاتصالي داخل الحرم الجامعي، واعتمدت في ذلك على المنهج التجريبي، وأداة المقابلة لجمع المعلومات الميدانية، حيث تمثلت عينة الدراسة في 50 طالب

وطالبة من جامعة مستغانم للموسم الجامعي 2010/2009، حيث انطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يؤثر الاستخدام اليومي للهاتف النقال على السلوك الاتصالي للطالب في وسط الفضاء الجامعي؟

وقد ألحقته بمجموعة من الأسئلة الفرعية، والمتمثلة في:

1. ما هي خصائص الهواتف النقالة التي يمتلكها ويستخدمها الطلبة؟
2. ما هي أهم المجالات التي يستخدم الطلبة فيها الهاتف النقال؟
3. ما هي أهم عادات استخدام الهاتف النقال لدى الطلبة؟
4. ما هي أهم القيم الناتجة للاستخدامات؟ قيم ضرورية أم ثانوية؟
5. كيف يؤثر الفضاء الجامعي على السلوكات الاتصالية للطلبة من خلال استخدامهم للهاتف النقال؟
6. ما هي أهم الرموز الاتصالية المشتركة الاستخدام بين الطلبة من خلال الهاتف النقال؟

وقد توصلت الى النتائج التالية:

1. الهاتف النقال أصبح وسيلة اتصالية حاضرة بشكل واسع في حياة الطلبة الجامعيين وكثيرة الاستخدامات في مختلف المجالات ولتحقيق عدة أهداف.
2. الاهتمام المتزايد بتكنولوجيا الهواتف النقالة رغم ارتفاع سعرها، حيث أصبح ذلك مظهرا من مظاهر التقدم والتباهي أمام الآخرين.
3. هناك علاقة وطيدة تربط بين الطلبة والوسائط المتعددة التي تتوفر عليها الهواتف النقالة العالية التقنية خاصة تلك التي تسجل الموسيقى بمختلف أنواعها، والفيديوهات والصور.
4. استخدام SMS والابداع في كتابتها بطرق رمزية، بالاختصار واستخدام أشكال وأرقام خاصة للتعبير عن معنى لا يتم فهمه إلا من طرف الذين اتفقوا على ذلك.
5. هناك علاقة بين التخصص العلمي واللغة المستخدمة في كتابة الرسائل القصيرة.
6. الرسائل القصيرة وسيلة اتصال في المناسبات والأعياد لتبادل التهاني بين الطلبة وللمزاح، ووسيلة لاقتصاد الوحدات.
7. العلاقات الاجتماعية وقوة العلاقة التي تربط الطالب بأطراف أخرى، تحدد طريقة الاتصال ووقته.

8. العوامل التقنية توفر حلولا بديلة بتعدد وسائطها، والوسائل التي تتيحها بتوفير الوقت والجهد وتقريب العلاقات الاجتماعية التي يقيمها الطالب.
9. الاستخدامات العلنية للموسيقى من طرف الطلبة وهم مجتمعين مع بعضهم البعض أو بصفة فردية كنوع من أنواع التسلية.
10. يختلف الاستخدام ودرجة أهمية النقال بين الطلبة الذين يقيمون في الحي الجامعي والطلبة الخارجيين، ذلك لعدم توفر وسائل اتصالية أخرى في الحي الجامعي، وبعد المسافة التي تفصل الطالب عن الأهل تلعب دورا في تحديد درجة أهمية استخدام الهاتف النقال ووقت وزمن ونوع الاستخدام لاختلاف المحيطين.

الدراسة الثانية:

دراسة (ولد غويل خليدة) بعنوان: **استخدام الهاتف النقال في الوسط التربوي للثانوية (دراسة ميدانية لثانوية عروج وخير الدين بربروس وثانوية الادريسي، بالجزائر العاصمة)**، جامعة سعد دحلب –البليدة- 2008/2007.

وانطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:

هل يتحكم المحيط الاجتماعي للتلميذ الثانوي في الجزائر في تعامله مع الهاتف النقال بمختلف أجياله؟

وهو التساؤل الذي وضعت له عددا من الفرضيات والمتمثلة في:

1. الهاتف النقال عند التلميذ الثانوي المراهق، وسيلة يحاول من خلالها ابراز خصوصياته الشخصية، باعتباره رمزا للاستقلالية، الافتخار، الموضة واثبات الذات.
2. يستخدم التلميذ الثانوي الهاتف النقال كوسيلة ترفيهية أكثر من الاغراض الأخرى.
3. يتحدد استخدام الهاتف النقال لدى التلميذ وفق أسرته وجماعة الرفاق.
4. الضبط الاجتماعي الممارس من طرف الوالدين يؤثر في انتشار استخدام الهاتف في الاوساط الثانوية.
5. نقص فعالية الرقابة داخل البيئة الثانوية يؤثر في انتشار استخدام الهاتف النقال.

ومن أجل تأكيد هذه الفرضيات أو نفيها اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعي، وأداة الاستمارة موجهة للتلاميذ وأوليائهم، لجمع المعلومات الميدانية، اضافة الى أداة المقابلة مع عينة من المستشارين التربويين، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج المتمثلة في:

1. الهاتف النقال وسيلة لتحقيق استقلالية التلميذ المراهق واثبات ذاته أمام أقرانه.
2. عدم امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال الذي أصبح جزءا من شخصية المراهق، ووسيلة لإشباع الرغبات العاطفية.
3. التصور الاجتماعي للهاتف النقال عملية ديناميكية تتداخل فيها ثلاث عوامل: مؤثرات قيمية، اجتماعية (الأسرة، الجماعة المرجعية)، شخصية المراهق.
4. استخدام الهاتف النقال لأغراض التسلية والترفيه أكثر من الاغراض الأخرى.
5. يتأثر التلاميذ بنمط الاستخدام لدى أصدقائهم وأقرانهم أكثر من أفراد أسرهم.
6. الضبط الاجتماعي الممارس من طرف الوالدين داخل المنزل يمس خاصة السلوك، في حين أن محتوى الهاتف لا يخضع لنفس الدرجة، وخارج المنزل يمكن الأولياء من تعقب مكان وجود الأبناء.
7. استخدام الهاتف النقال في الثانوية بين التلاميذ ينشط شبكة من التفاعل الاجتماعي، يساهم في انتشار ثقافة خاصة بهم.
8. توتر العلاقات بين التلاميذ وأوليائهم (صراع بين استقلالية المراهق وممارسة الضبط الاجتماعي من طرف الوالدين)، ومن جهة ثانية توتر في العلاقات ما بين التلاميذ وادارة الثانوية (ممارسة الرقابة والتمسك باستخدام الهاتف النقال)، من جهة ثالثة توتر في العلاقات بين أولياء التلاميذ والثانوية.

تعقيب على الدراسات السابقة :

الدراسات التي تطرقنا لها والتي تناولت في مجملها التأثيرات الاجتماعية للهاتف النقال، ورغم اختلاف مجتمعات بحثها وزمانها، إلا أنها توصلت تقريبا إلى نفس النتائج التي تشير إلى الحد الذي بلغه تأثير وسيلة الهاتف النقال على علاقات الأفراد داخل المجتمع، حيث نلاحظ من خلال نتائج هذه الدراسات أن النقال ساهم في تكريس قيم الرأسمالية المشجعة للاستهلاك والخصوصية الفردية، الأمر الذي يتجسد في الإدمان عليه واتخاذه كشيء لا يمكن الاستغناء عنه، والحرص على تتبع مختلف التطورات التقنية التي تلحق بهذه الوسيلة والسعي لمواكبتها، ومن ناحية أخرى أشارت النتائج إلى أن استهلاك النقال أو استخداماته يغلب عليها الطابع الترفيهي أكثر من الطابع العملي، مما جعل الهاتف النقال يتحول من

مجرد وسيلة اتصالية إلى ثقافة أو يمكن القول أنه أصبح يشكل ظاهرة اجتماعية جديرة بالتتبع والدراسة المستمرة لمعرفة آثارها ونتائجها.

كما أشارت النتائج إلى تأثيرات الهاتف النقال على العملية الاتصالية مابين الأفراد داخل المجتمع، إذ أنه ساهم بشكل كبير في تسهيل الاتصال ما بينهم و قضى على عوائق الزمان والمكان، وأتاح إمكانية الخروج من دائرة المحلية وحدود الجغرافيا دون الحاجة إلى التنقل، وفي الوقت نفسه دون الحاجة إلى الثبات في مكان واحد، ما أدى إلى زيادة فرص التواصل مع الآخر البعيد، كما أتاح للأفراد أشكالا جديدة للاتصال لم تكن من قبل ممكنة من خلال جهاز الهاتف متمثلة في أشكال الاتصال المكتوب والسمعي والسمعي البصري أو من خلال الوسائط المتعددة، لكنه في الوقت نفسه قاد إلى تقليص حجم العلاقات الاجتماعية للأفراد، وحصر التواصل من خلاله بعدد محدود من الأفراد، وبالتالي تقليص حجم العلاقات الاجتماعية، وفرص الاحتكاك المباشر، وتوسيع الفجوة مابين الأفراد، وهو ما يمكن أن نقول عنه: "أنه بمثابة قضاء على البعد الإنساني الاجتماعي في العلاقات بالآخرين". كما نلاحظ أن جميع الدراسات السابقة توصلت إلى أن الهاتف النقال أسهم في القفز على المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمعات العربية المحافظة، إذ أصبح الاتصال بالجنس الآخر وإقامة العلاقات العاطفية شيء سهل بفضل هذه الوسيلة، التي ساعدت على التحرر من الرقابة الأبوية على الأبناء، وشجعت الكذب والتحايل بين أفراد الأسرة، وهو ما قد يؤدي إلى ضعف الروابط الأسرية وانهيار منظومة القيم الدينية.

ويمكننا القول باتفاق الباحثين على أن الهاتف النقال لا يمكن النظر إليه فقط كوسيلة اتصال سهلت هذا الأخير وإنما ينبغي النظر إلى الجانب الآخر المتمثل في التأثيرات التي رافقت استخدام هذا الجهاز على أشكال التواصل الاجتماعي والمنطق الجديد الذي فرضته على العلاقات الإنسانية داخل المجتمعات، وهي التأثيرات التي نلحظها من خلال النتائج التي توصلت لها دراسات هؤلاء الباحثين، وستكون المنطلق الذي ستنطلق منه هذه الدراسة، والتي ستحاول بدورها الوقوف على انعكاسات استخدام وسيلة الهاتف النقال على الاتصال لدى الطالب الجامعي، وإن كان هذا الاستخدام سيؤدي إلى نفس النتائج التي توصلت لها الدراسات السابقة.

6.الإشكالية وتساؤلاتها:

أمام الاهتمام المتزايد بالهاتف النقال –من طرف الباحثين والدارسين– كظاهرة اجتماعية أكثر منه تقنية تكنولوجية وبآثاره على حياة الإنسان في محيطه الاجتماعي وعلاقاته مع الآخرين وبشكل خاص الأساليب الاتصالية التي أتاحها، وبناءا على ما سبق التطرق إليه تنطلق دراستنا التي تتمحور حول التساؤل الرئيسي القائل:

ما هي تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي؟

وهو التساؤل الذي تنبثق عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية التي ستحاول الدراسة الإجابة عليها وتتمثل في:

1. **ما هي مراحل تطور الهاتف النقال؟**
2. **كيف يستخدم الطالب الجامعي الهاتف النقال؟**
3. **ما هي دوافع هذا الاستخدام؟**
4. **ما هي أنماط الاتصال الاجتماعي الموجودة؟**
5. **هل أدى الهاتف النقال إلى انحسار الاتصال الشخصي المباشر لدى الطالب الجامعي؟**
6. **هل دفع استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي إلى زيادة اعتماده الاتصال الوسيلي على حساب الاتصال الشخصي؟**
7. **هل عززت خدمة الرسائل القصيرة الاتصال المكتوب لدى الطالب الجامعي؟**
8. **ما تأثيرات استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي على علاقاته الأسرية؟**
9. **هل قضى الهاتف النقال على البعدين المكاني والزماني وعمق البعد الاجتماعي الإنساني للعلاقات بالنسبة للطالب الجامعي؟**

وهي التساؤلات التي سنحاول الإجابة عليها في الفصول اللاحقة، حيث سنجيب على بعضها في إطار الجانب النظري للدراسة وعلى البعض الآخر في إطار الجانب الميداني.

II. منهجية الدراسة:

1.نوع الدراسة ومنهجها:

1.1- نوع الدراسة:

يهدف كل باحث من خلال بحثه بلوغ اكتشاف حقيقة معينة، وحل مشكلة بحثية يكون قد صاغها في تساؤل يعبر عن اشكالية دراسته، ولتحقيق ذلك عليه السير وفق مخطط بحثي عام يقوم على خطوات منتظمة ومضبوطة تهدف الى الوصول للإجابة على التساؤلات والتحقق من الفرضيات التي يطرحها الباحث حول الموضوع.

وتندرج دراستنا الموسومة بـ "**تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي**" ضمن البحوث الوصفية التي تهدف إلى، جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيرات الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال تحديد ماهية الأشياء[5]. كما يرى صلاح مصطفى الفوال أن هذه البحوث تهدف الى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكتفي تلك الأبحاث بمجرد وصف الواقع، أو تشخيصه، بل تهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء، أو الظواهر موضوع البحث[6].

2.1- منهج الدراسة:

يحتاج كل باحث في بحثه إلى مجموعة قواعد ومبادئ ترسم له الطريق الصحيح لانجاز بحثه أو دراسته، لذا وجب عليه اعتماد منهج معين يستند إليه والمنهج -حسب تعريف قاموس le petit robert- "هو مجموعة من الإجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة والبرهنة عليها "[7]

كما يعرف بأنه : "الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة "[8]

---

[5]- مي العبد الله، **البحث في علوم الاعلام والاتصال: من الأطر المعرفية الى الاشكاليات البحثية**، (ط01، بيروت، لبنان، دار النهضة العربية،2011)، ص:174.

[6]- صلاح مصطفى الفوال، **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية**، (د.ط، مصر، مكتبة غريب، 1983)، ص:356.

[7]- ا.لارامي ،ب.فالي، **البحث في الاتصال (عناصر منهجية)**، ترجمة :ميلود سفاري وآخرون، (د.ط، قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2004)، ص: 26.

[8]-صلاح الدين شروخ، **منهجية البحث العلمي**، (د.ط، عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003)، ص:92.

ويجيب مفهوم المنهج على الكلمة الاستفهامية كيف؟ أو بعبارة أخرى، كيف يدرس الباحث الموضوع الذي أمامه؟

وعرفه [ابن خلدون] بأنه: "عبارة عن مجموعة من القواعد التي يعتمدها الباحث بغية الوصول الى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو المشكلة العلمية موضوع الدراسة والتحليل"[9].

أما [موريس أنجرس] فقد عرف المنهج بأنه: "مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف"[10].

ومن ثمة فإن المنهج بصفة عامة يمكن الإشارة إليه على أنه الطريقة التي يتبعها العقل أو الباحث في دراسة مشكلة ما بهدف الوصول إلى فهم لهذه المشكلة أو حلها .

وقد تم خلال هذه الدراسة اعتماد:

ب- منهج المسح الوصفي التحليلي: تندرج هذه الدراسة، كما سبقت الإشارة في إطار البحوث الوصفية التي تتجه إلى وصف ما هو كائن وتفسيره، ويهتم البحث الوصفي بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، كما يهتم بتحديد الممارسات الشائعة أو السائدة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات[11]. ومنهج المسح الوصفي التحليلي هو المسح الذي لا يقف عند حد الوصف، وإنما يصل الى اصدار الاحكام وتقديم الحلول[12]. واعتمدت الباحثة هذا المنهج في إطار وصف الآثار التي أحدثها استخدام الهاتف النقال على أنماط الاتصال لدى الطالب الجامعي ومحاولة تفسير هذه التأثيرات.

2. أدوات جمع البيانات :

تأتي القيمة العلمية لأي بحث من النتائج التي يتم التوصل اليها، وترتبط هذه النتائج بالمنهج المستخدم في الدراسة وكذا الأدوات التي تمت الاستعانة بها لجمع المعلومات والبيانات من الميدان، حيث تعتبر مرحلة جمع المعلومات من أهم المراحل لأي بحث علمي، ومما يساعد على نجاحها ضرورة تصورها وتحديد كافة الضوابط المتعلقة بها، وعلى قدر توافرها وشمولها ودقتها تتوقف دقة التحليل وأهمية

---

[9]- أحمد عظيمي، **منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال**، (د.ط، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009)، ص: 11.

[10]- موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، (د.ط، الجزائر، دار القصبة، 2005)، ص: 98.

[11]- محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية**، (ط01، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002)، ص :78.

[12]- المرجع نفسه، ص:87.

النتائج المتوصل اليها وصحة القرارات المبنية عليها[13]. لذا يحرص كل باحث على اختيار الوسائل والأدوات المناسبة والتي تمكنه من الحصول على البيانات المطلوبة، بما يسمح له بالوصول إلى نتائج علمية يمكن اعتمادها. وتعرف أدوات جمع البيانات بأنها "جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه"[14]. لذا فإن اختيار هذه الوسائل لا يتم بصورة اعتباطية، وإنما يخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته. وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على الأدوات التالية:

أ- **الملاحظة:** وتعد أداة أولية لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي، وقد تم استخدام الملاحظة غير المقننة في ملاحظة الظاهرة من طرف الباحثة، والتي مكنتها من جمع المعلومات الأولية التي قادت إلى صياغة إشكالية الدراسة.

ب- **الاستبيان:** تم اعتماد أداة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية، والاستبيان وسيلة بحثية تعتمد من قبل الباحثين في معرفة آراء المبحوثين أو مواقفهم أو اتجاهاتهم نحو المشكلات البحثية، ناهيك عن أنها توفر الجهد والوقت على الباحث والمبحوث على حد سواء، ويعرف الاستبيان بأنه: "تلك الأداة أو الوسيلة التي من خلالها يمكن التعرف على معلومات، وآراء، وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة"[15]. وتعد عملية بناء الاستبيان عملية أساسية تحدد حجم الاستفادة المتحققة من توظيفه، لذلك تم الحرص أثناء إعداد أسئلة الاستبيان أن تكون مطابقة لأغراض الدراسة وتحقق أهدافها، بحيث اشتملت استمارة الاستبيان على 36 سؤالا موزعة على أربع محاور، اضافة الى البيانات الشخصية، حيث خصص المحور الأول لاستخدامات الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي، أما المحور الثاني فقد اشتمل على الأسئلة التي تكشف عن دوافع الاستخدام، ليخصص المحور الثالث للأسئلة التي تقيس تأثيرات الهاتف النقال على الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، وأخيرا المحور الرابع الذي تناول تأثيرات النقال على الاتصال الوسيلي والبعد الإنساني للعلاقات بالنسبة للطالب لجامعي. وتم توزيع الاستبيان على عينة مكونة من 313 مفردة.

وقد مر الاستبيان في إعداده بعدة مراحل قبل أن يصبح جاهزا للتوزيع:

---

[13]- محمد منير حجاب، **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، (ط03، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2000)، ص: 28.

[14]- احسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**، (ط02، لبنان، دار الطليعة، 1986)، ص: 54.

[15]-نوال محمد عمر، **دور الإعلام الدينى فى تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية**، (د.ط، مصر، مكتبة نهضة الشرق، 1984)، ص:31.

حيث وضعت استمارة استبيان أولية تم عرضها على المشرف لإبداء الملاحظات حولها، وبعد تصحيحها تم تجريبها على عدد من طلبة جامعة قسنطينة الأمر الذي ساعد على كشف بعض جوانب النقص في الاستبيان، والتي تم تصحيحها، كغموض بعض الأسئلة أو عدم قدرتها على تحصيل المعلومات المطلوبة، ليتم عرض الاستبيان مرة أخرى على المشرف وبعد موافقته عليه تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المختصين في علوم الإعلام والاتصال لتحكيمه. بعد استعادة استمارات الاستبيان المحكمة تم وضع استمارة نهائية بناءا على ما جاء في ملاحظات المحكمين وموافقة الأستاذ المشرف ليتم توزيعها في الفترة الممتدة من 26 فيفري 2012م، الى غاية 16 مارس 2012 على طلبة جامعة قسنطينة.

3. عينة الدراسة:

يشير مجتمع البحث إلى كل الأشخاص أو الحالات أو الوثائق أو المضامين والمواد الإعلامية التي يجري بحثا من اجل الخروج بنتائج تتعلق بها وتعمم عليها [16]، أي أنه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، ومجتمع البحث المستهدف في هذه الدراسة هو الطلبة الجامعيين الجزائريين، ونظرا لاتساع هذا المجتمع وصعوبة الوصول إلى كافة أعضائه، لجأت الباحثة إلى المجتمع المتاح والمتمثل في طلبة جامعة قسنطينة، ووقع اختيارها على هذه الجامعة بحكم التردد الدائم عليها بسبب العمل وكذا قربها من مكان الإقامة. وتضم جامعة قسنطينة بدورها عددا كبيرا من الطلبة مما يعني صعوبة الوصول إلى كافة مفردات مجتمع الدراسة، كما أن إجراء مسح شامل لهذا المجتمع الواسع يتطلب الكثير من الجهد والتكاليف التي تتجاوز قدرة الباحثة وإمكاناتها، ناهيك عن الوقت الذي تستغرقه العملية، لذا تم اللجوء إلى اعتماد أسلوب العينة، الذي يعتمد على جمع البيانات من مجموعة مختارة من مفردات المجتمع ودراسة صفات هذه المجموعة، ثم تعميم النتائج التي يحصل عليها الباحث بالنسبة للمجتمع الكلي[17]. وينطوي هذا الأسلوب –أي أسلوب المعاينة– على جملة من الفوائد المتمثلة في[18]:

1. إن استخدام العينة يقلل الزمن والتكلفة للدراسات البحثية.
2. يوفر استخدام العينة من عدد العمالة المطلوبة لانجاز البحث، فالعدد القليل يكفي للعمل الميداني وتحليل البيانات.

---

[16]-شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**، (ط01، مصر، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008)، ص:66.
[17]-محمد منير حجاب، المرجع السابق، ص :105.
[18]- منذر الضامن، **أساسيات البحث العلمي**، (ط02، عمان، الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009)، ص:162.

3. تكون الدراسة في معظم الحالات أدق باستخدام العينة منها من استخدام المجتمع بأكمله، فالإشراف يكون أفضل وكذلك الاجراءات المتبعة في الحصول على المعلومات.
4. استخدام العينة يزودنا بنتائج أسرع مما لو درسنا المجتمع بأكمله.

وينبغي أن تكون العينة ممثلة، أي أنها تعكس بصورة دقيقة مختلف خصائص مجتمع البحث الذي سحبت منه، وحرصا على توفر هذا الشرط وقع اختيار الباحثة على العينة الطبقية، وهي إحدى العينات الاحتمالية التي تتميز بدقتها في التعبير عن سمات وخصائص المجتمع الأصلي، فضلا عن تزويدنا بدرجة ثقة محددة في نتائج هذه الدراسة عند تعميمها على المجتمع الأصلي [19]، وتقوم على أساس تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات أو فئات حسب متغيرات يحددها الباحث، ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة وفقا لنسبة وجودها في مجتمع البحث. وبما أن مجتمع الدراسة المتاح غير متجانس من حيث متغيرات النوع والتخصص فقد تم تقسيمه إلى طبقات وفق هذين المتغيرين، حيث تم اختيار مفردات العينة وفقا للخطوات التالية:

قسّم مجتمع الدراسة إلى طبقات حسب الكليات التي ينتمي إليها الطلبة، إذ تضم جامعة قسنطينة عشر كليات، سحبت منها كليتين بطريقة عشوائية فوقع الاختيار على كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وكلية الهندسة، ثم تم تقسيم هاتين الكليتين إلى طبقات بناءا على الأقسام التي تحتويها كل كلية، حيث تضم كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية سبعة أقسام (علم النفس، علم الاجتماع، الفلسفة، التاريخ، علوم الإعلام والاتصال، علم المكتبات، التربية الرياضية والبدنية)، بينما تضم كلية الهندسة سبعة أقسام كذلك (كيمياء صناعية، إلكترونيك، هندسة كهربائية، هندسة مدنية، هندسة جوية، هندسة ميكانيكية، إعلام آلي)، ثم سحب قسم من كل كلية بطريقة عشوائية، وأفرز السحب قسم علم الاجتماع وقسم الإعلام الآلي، ليتم الاتصال بالمصالح البيداغوجية للحصول على عدد طلبة التدرج للموسم الجامعي 2012/2011 في كل قسم، وقدر عدد طلبة قسم علم الاجتماع بـ1131 طالب بينما قدر عدد طلبة قسم الإعلام الآلي بـ 2805 طالب ليكون المجموع بذلك 3936 طالب، سحبت منهم نسبة 10% لتمثل مفردات العينة، والتي قدر حجمها ب 394 مفردة، على أن تكون كل طبقة من طبقات مجتمع الدراسة ممثلة بنفس النسبة التي تشكلها في المجتمع المدروس بالنسبة لمتغير التخصص كما هو موضح في الجداول التالية:

[19]-شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، المرجع السابق، ص:67.

جدول رقم 01: يبين نسبة كل قسم من العدد الإجمالي:

التخصص / عدد الطلبة	عدد طلبة القسم	النسبة %
قسم علم الاجتماع	1131	29
قسم الإعلام الآلي	2805	71
المجموع	3936	100

يظهر من خلال الجدول أن طلبة قسم الإعلام الآلي يمثلون نسبة 71% من المجموع الكلي بينما يمثل طلبة قسم علم الاجتماع نسبة 29%.

إلا أنه بعد توزيع الاستبيان على المبحوثين لم يتم استرجاع 45 استمارة، كما تم إلغاء 36 استمارة نظرا لعدم صلاحيتها للاستناد عليها في جمع البيانات لكون المبحوثين لم يجيبوا على أغلب الأسئلة المتضمنة في الاستبيان، ليستقر العدد في الأخير على 313 استمارة استبيان موزعة كالتالي:

جدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص:

التخصص / التكرارات	التكرار	النسبة%
علم الاجتماع	105	33.55
الاعلام الآلي	208	66.45
المجموع	313	100

يمثل الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص، بحيث مثل قسم علم الاجتماع بنسبة 33.55%، فيما شكلت نسبة طلبة قسم الاعلام الآلي 66.45% من المبحوثين.

جدول رقم03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع (الجنس):

الجنس / التكرارات	التكرار	النسبة%
اناث	165	52.71
ذكور	148	47.29
المجموع	313	100

يظهر الجدول توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس، حيث شكلت الاناث نسبة 52.71% من أفراد العينة، فيما شكل الذكور نسبة 47.29%. والملاحظ أن نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور.

جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	التكرار	النسبة%
ضعيف	20	06.39
متوسط	252	80.51
جيد	41	13.10
المجموع	313	100

والملاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة هم من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط حيث شكلوا نسبة 80.51%، يليهم المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد والذين شكلوا نسبة 13.10%، أما ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف فيشكلون نسبة 06.39% من أفراد العينة.

هذا وقد تم تحليل البيانات على أساس متغيري الجنس والمستوى الاقتصادي، وتمت المعالجة الاحصائية للبيانات بتطبيق اختبار كاف تربيع (كا²) من أجل قياس مدى استقلالية المتغيرات.

ويتضمن اختبار كا²، حساب كل من كا² الحسابية، وكذا كا² الجدولية. بالنسبة لـ كا² المحسوبة تم حسابها وفقا للقانون التالي[20]:

$$X^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

[20]- عبد الكريم بوحفص، **الاحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية**، (ط02، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006)، ص:197.

fo : التكرارت الملاحظة في كل خانة.

fe : التكرارات المتوقعة في كل خانة.

على أن لا يقل اي تكرار متوقع عن 01، كما يجب أن لا يتعدى عدد الخانات التي يكون تكرارها المتوقع أقل من 05 نسبة 05% من مجموع التكرارات، وإلا يتم تطبيق تصحيح "ياتس" وهو كالتالي:

$$X^2 = \sum \frac{(|Fo - Fe| - 0.5)^2}{Fe}$$

أما بالنسبة لـ كا^2 الجدولية فقد تم اعتماد مستوى دلالة قدره 0.05، وهو المستوى الغالب التطبيق في جل الدراسات. وبالنسبة لدرجة الحرية فقد احتسبت وفق القانون:

درجة الحرية = (عدد الصفوف −01)(عدد الأعمدة − 01)

واتخاذ القرار يكون كالتالي:

- إذا كانت كا^2 المحسوبة > كا^2 الجدولية، يتم قبول الفرضية الصفرية.
- إذا كانت كا^2 المحسوبة ≤ كا^2 الجدولية، يتم قبول الفرضية البديلة.

4.مجالات الدراسة:

القيام بدراسة ميدانية في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية يتطلب من الباحث القيام بتحديد دقيق لمجالات دراسته، وتشمل هذه المجالات مكان اجراء الدراسة، ووقت إجرائها، والمجتمع المبحوث. لأن الدراسات الاجتماعية تتعامل مع عناصر متغيرة باستمرار، وتحديد مجالاتها يضفي عليها أكثر مصداقية لتكون معبرة ومقبولة وذات مرجعية تاريخية، وذلك لإزالة أي لبس أو تأويل من شأنه التشكيك في الحقائق المتوصل إليها[21]. وتتمثل مجالات دراستنا في الآتي:

المجال المكاني: أجريت الدراسة بجامعة منتوري قسنطينة التي تقع على بعد 5 كلم من وسط مدينة قسنطينة، وقد نشأت جامعة قسنطينة سنة 1968 حيث وضع لها حجر الأساس على يد الرئيس هواري

---

[21]- علي غربي، **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، (د.ط، الجزائر، سيرتا، 2006)، ص: 66.

بومدين، لتتأسس بعد سنة من خلال الأمر رقد 69-54 المؤرخ في 17 جوان 1969، وقد صممت هذه الجامعة من طرف المهندس البرازيلي [أوسكار – Oscar Niemeye [22]] .

وانطلقت جامعة قسنطينة في أول تجربة لها خلال السنة الدراسية 1970/1969 "بالمدرسة" بشارع العربي بن مهيدي بوسط المدينة، ثم انتقلت الى مركزها الحالي بطريق عين الباي، حيث مرت خلال تطورها بالمراحل التالية[23]:

1970- 1973: انتقال الادارة الى عمارة الآداب في أكتوبر 1970، لتنتقل الى البرج الاداري الرسمي الحالي سنة 1973، وقد انطلقت في هذه الفترة بخمس كليات هي : كلية الآداب والعلوم الإنسانية، كلية الحقوق، العلوم الادارية والعلوم الاقتصادية، كلية الطب والصيدلة، كلية العلوم، كلية علوم البيولوجيا.

1973-1978:عرفت الجامعة إلغاء نظام الكليات والتحول الى المعاهد المتخصصة، حيث تم انشاء اثنا عشرة معهدا هي: معهد القانون والعلوم الادارية، معهد العلوم الاقتصادية، معهد العلوم الاجتماعية، معهد الآداب والثقافة العربية، معهد اللغات الحية الأجنبية، معهد البيولوجيا، معهد الطب، معهد الرياضيات، معهد الفيزياء، معهد الكيمياء، معهد علوم الأرض، معهد الهندسة المعمارية، ومعهد البناء والتعمير.

1979-1985: تم تطوير مجمعات أخرى كمجمع "سليمان زواغي" الذي استضاف معهد علوم الأرض، ثم معهد التغذية والتكنولوجيا الغذائية(INATA)، وعرفت هذه المرحلة كذلك تحويل كلية الطب الى مجمع Chalet des Pins .

1985-1990: تم انشاء مجمع "حماني" الذي ضم معهد الهندسة، وتم اطلاق تخصصات جديدة، كما تم انشاء معهد الهندسة المدنية والإلكترونيك.

1990-1995: انشاء مجمع "كوحيل لخضر" الذي ضم معهد العلوم الاجتماعية، معهد المكتبات، وعلم النفس وعلوم التربية. وأنشئ كذلك مجمع "شعبة الرصاص" الذي يضم معهد التكنولوجيا والعلوم الدقيقة، والهندسة الميكانيكية، والكيمياء الصناعية. كما تم انشاء معهد البيطرة في مدينة الخروب. وألحق معهد

[22]- بوذراع ياسين، **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة)**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2010/2009، ص-ص: 168-169.

[23]- تم أخذ المعلومات من دليل جامعة منتوري قسنطينة لسنة 2007 (**Parcours et Perspectives**, Decembre 2007)

الرياضيات والتربية البدنية والرياضة بمجمع "حماني"، وحول INATA الى معهد تكنولوجيا العتاد الفلاحي الواقع بطريق سطيف. وحول قسم العلوم السياسية الى مجمع "زواغي سليمان".

1996–1999: من خلال الأمر الوزاري رقم 136 المؤرخ في 12 ديسمبر 1997 اتخذت جامعة قسنطينة اسم **جامعة منتوري قسنطينة**، وقد أقيمت مراسيم التسمية في 16 أفريل 1998. وقد عرفت هذه السنة تطور البحث العلمي على مستوى جامعة قسنطينة مع بداية إنشاء المخابر العلمية حيث تضم جامعة قسنطينة 82 مخبرا في مختلف التخصصات، كما تم اعتماد العمل بنظام الكليات مرة أخرى حيث انتظمت التخصصات في ثماني كليات بدءا من 12 ديسمبر 1998 كالتالي: كلية العلوم، كلية علوم الهندسة، كلية الطب، كلية الحقوق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الآداب واللغات، كلية علوم الأرض والجيولوجيا.

2000–2012: عرفت سنة 2000 وضع حجر أساس المدينة الجامعية بمدينة علي منجلي، لتنتقل اليها كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير في بداية السنة الجامعية 2005/2004، بينما تحولت كلية العلوم الاجتماعية الى هناك في سبتمبر 2006، لينتقل اليها فيما بعد قسم علم النفس، التربية الرياضية والبدنية، والرياضيات والإعلام الآلي، وقسم المكتبات.

إضافة إلى هذا عرفت جامعة منتوري اعتماد نظام تعليم جديد هو نظام LMD انطلاقا من الموسم الجامعي 2005/2004. وفي سنة 2007 وبتاريخ 16 أفريل، تم وضع حجر الأساس لمدينة جامعية جديدة تقع جنوب شرق مطار "محمد بوضياف" والتي تضم 52000 مقعد بيداغوجي، منظمة في شكل مدارس كبرى، ومن المتوقع أن تفتتح انطلاقا من العام الجامعي 2013/2012.

المجال البشري: يشمل المجال البشري لهذه الدراسة طلبة التدرج المسجلين بجامعة منتوري قسنطينة، للموسم الجامعي 2012/2011، مع الأخذ بعين الاعتبار أخذ عينة من المجتمع المستهدف على اعتبار أن مجتمع البحث كبير نسبيا، اضافة الى نقص الامكانيات التي تسمح للطالبة بإجراء مسح شامل، وكذا قصر المدة الزمنية المخصصة للدراسة. وتم اعتماد أسلوب العينة مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون هذه العينة ممثلة للمجتمع الأصلي للدراسة، وقد اشتملت العينة على 313 مفردة.

المجال الزمني: يقصد بالمجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة بمختلف مراحلها. وقد انطلقت دراستنا بتاريخ جانفي 2011 من خلال جمع المعطيات الأولية المستندة على الملاحظة غير المقننة، وكذا

الاطلاع على المراجع النظرية بما سمح بتكوين فكرة عامة قادت الى صياغة اشكالية الدراسة، ليتم الشروع في اعداد الجانب النظري من الدراسة الذي مكن من الوصول الى فهم أعمق للمشكلة، الأمر الذي سهل على الباحثة مباشرة الجانب الميداني للدراسة ابتداءا من شهر سبتمبر 2011، وذلك من خلال تصميم استمارة الاستبيان، ثم ما تلاها من تجريب وتصحيح وتعديل لهذه الأداة، لتوزع خلال الفترة الممتدة من 26 فيفري 2012، الى غاية 16 مارس 2012 على أفراد العينة، ليتم التحول فيما بعد الى مرحلة تفريغ البيانات والقيام بالعمليات الإحصائية، وعمليات التحليل والتفسير، والوصول الى النتائج النهائية، والتي استمرت الى غاية أواخر شهر أفريل 2012.

5.الخلفية النظرية للدراسة :

تتمحور هذه الدراسة حول الآثار الاتصالية الناتجة عن استخدام وسيلة الهاتف النقال، لذا فهي تبحث في طرق استخدام هذه الأخيرة والدوافع التي تجعل الفرد يقبل عليها، ما يؤدي بالضرورة إلى إحداث تأثيرات تنعكس على طرق وأشكال التواصل مع الآخرين، ولهذا السبب تم تناول الدراسة بالاعتماد على مدخل الاستخدامات والاشباعات.

وهو مدخل يهتم بدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة، إذ يرى أن الأفراد لا يتعرضون لوسائل الاتصال بنفس الطريقة ولا بنفس الحجم، بل هناك محددات أساسية تجعل تعرض الأفراد لهذه الوسائل يتم بطريقة انتقائية، وأورد [مساعد المحيا] تعريفا اصطلاحيا لمفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات على أنه: " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة"[24]، فاهتمت نظرية الاستخدامات والاشباعات انطلاقا من هذا بدراسة العلاقات القائمة بين الأسباب والدوافع التي تجعل الفرد يتعرض لوسيلة اتصالية معينة ومحتواها، وبين استخدام هذه الوسائل ومدى الإشباع الذي تحققه للفرد. وترى أن جمهور وسائل الإعلام ليس سلبيا، بل يتمتع بصفة الإيجابية، بحيث يختار بوعي الرسائل التي يرغب في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاته النفسية والاجتماعية، وتتجاوز هذه النظرية مفهوم الاستخدام من التعرض فقط إلى توظيف كل العوامل المرتبطة بهذا الاستخدام في اكتساب الفائدة أو تحقيق العائد[25]، الذي يترجم فيما يسمى بالإشباع من جانب المتلقي والتأثير من جانب الوسيلة الاتصالية.

لذا يمكن القول أن هذه النظرية تدرس العلاقة بين الفرد والوسائل الإعلامية والاتصالية من خلال ثلاث أسئلة محورية تتمثل في:

1. ماذا يفعل الفرد بوسائل الإعلام؟
2. كيف يستخدم الفرد وسائل الإعلام؟
3. لماذا يستخدم الفرد وسائل الإعلام؟

---

[24]- سناء محمد الجبور، **الاعلام والرأي العام العربي والعالمي**، (ط01، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص:152.

[25]-محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، (ط3، القاهرة ، عالم الكتب، 2004)، ص:293.

أ- **نشأتها:**

جاءت نظرية الاستخدامات والاشباعات كرد على النظريات التي كانت تقر بالسلطة المطلقة لوسائل الإعلام، كما يذهب إلى ذلك **[ادلستاين-Idlastine]** وزملاؤه، إذ كان يسود اعتقاد لدى الدارسين بأن جماهير وسائل الإعلام عبارة عن عنصر سلبي غير فعال، إلا أن تطور الدراسات الخاصة بالإعلام والاتصال كشف حقيقة أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإعلام كما كان يعتقد، بل هناك عدة طرق يستخدم الفرد من خلالها هذه الوسائل، كما أن إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين [26] أدى إلى ميلاد منظور جديد للعلاقة القائمة بين الجمهور والوسائل الاتصالية، وتحول الاهتمام من التركيز على ما تفعله وسائل الإعلام بالناس إلى ما يفعله الناس بتلك الوسائل. وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "**استخدام وسائل الاتصال الجماهيري**" من تأليف **[إليهو كاتز- Elihu Katz]** و **[بلملر-Blumler]** عام 1974، ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر[27].

إلا أن البحث في مجال الاحتياجات التي يشبعها استخدام وسائل الاتصال قد بدء منذ الثلاثينيات، حسب **[ويرنر و تانكرد-Werner et Tankard]**، حيث أجريت عدة دراسات حول قراءة الكتب، مسلسلات الراديو وأفلام السينما، الصحف اليومية والموسيقى الشعبية[28] لاختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات، وبين تعرض الفرد وكثافة هذا التعرض. وفي معظم البحوث كانت دراسة الأسباب أحد الجوانب البحثية في الكشف عن هذه العلاقة منذ دراسة **[هيرتا هيرزوج- Hirta Herzog]** عام 1944م التي استهدفت الكشف عن إشباعات مستمعي المسلسلات اليومية، وقد خلصت إلى تصنيف الإشباعات إلى إشباعات عاطفية، المتعة والنصح وأن الإشباع يختلف حسب ظروف كل فرد. وكذلك دراسة **[بيرلسون]** التي أجراها عام 1945م عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة

---

[26]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص :239.

[27]- سناء محمد الجبور، المرجع السابق، ص: 153.

[28]- حسن عماد مكاوي، المرجع السابق، ص :240.

تزيد عن أسبوعين...وكان سؤاله عما افتقده القراء في هذه الفترة، وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء، ووجد أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعتبر السبب في ارتباط الأفراد بها[29].

وقد مر تطور هذه النظرية بثلاث مراحل، عرفت كل مرحلة فيها تطورا في أحد جوانب البحث المتعلقة بالنظرية، فبعد الكشف عن ايجابية الجمهور خلال المرحلة الأولى من ظهور النظرية وتعرضه الانتقائي لمحتوى وسائل الإعلام، انتقلت الدراسات في المرحلة الثانية الى الربط بين الصفات النفسية والاجتماعية للجمهور، وبين استخداماته لوسائل الإعلام من خلال دراسات [**شرام، لايل، وباركر**] خلال عقد الخمسينات والستينات. أما المرحلة الثالثة وهي مرحلة النضج التي طبعت سنوات السبعينات، فقد استفادت من بحوث [**كلابر**] التي اهتمت بالربط بين دوافع وتوقعات الجمهور، وبين الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وذلك للتوصل الى فهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري، ومن أبرز الدراسات التي أجريت خلال هذه الفترة كذلك دراسة [**روز نجرين، نداهل(1972)، جرين برغ(1974)، روبن(1979)**][30].

وقد اعتمدت نظرية الاستخدامات والإشباعات على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي من جانب ونظريات الدوافع من جانب آخر.

إذ اتخذت الوظائف التي تم تحديدها لوسائل الإعلام سواء من خلال دراسات [**هارولد لازويل**] أو الباحثين من بعده الذين طوروا هذه الوظائف التي تؤديها الوسائل الإعلامية بالنسبة للفرد والمجتمع، واتخذت كأساس لما يعتقده الباحثون سببا للتعرض لهذه الوسائل، لذلك نجد العديد من البحوث قد التزمت ببعض هذه الوظائف، أو كلها أو تطويرها، كبناء للأسئلة الخاصة بأسباب التعرض إلى وسائل الاتصال ومحتواها، وبالتالي كان هذا أحد المداخل لدراسة ما تقوم به وسائل الإعلام لإرضاء المتلقي أو تلبية حاجاته وإشباع رغباته.

أما مدخل الحاجات والدوافع فهو يشير إلى أن الاختلاف في استخدام وسائل الإعلام واختيار محتواها يحدده اختلاف الحاجات التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها ويشير [**محمد عبد الحميد**] الى أن "الحاجة" تعني الافتقار لشيء ما يحقق تواجده شعورا بالرضا والإشباع. أما الدافع فهو حالة نفسية توجه الفرد إلى

---

[29]- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص:272

[30]- مرزوق عبد الحكم العادلي، **الاعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والاشباعات**، (ط01، القاهرة، دار الفجرللنشر والتوزيع، 2004)، ص-ص: 112-113، (بتصرف).

القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما، أو يشبع أو يرضي حاجة ما "[31]. بناءا على ذلك تطورت البحوث في اتجاه الكشف عما تقوم به وسائل الإعلام لتلبية حاجات الفرد والكشف عن العلاقة بين تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات والدوافع واستخدام الأفراد والتعرض لها.

ب- أهداف النظرية:

تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية تتمثل في[32]:

1-السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ج- فروضها:

بناءا على نتائج العديد من البحوث صاغ **[كارتز]** وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الاتصال وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، وقد استند على خمس فروض تتمثل في[33]:

1-إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية، ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به.

2-أن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في اشباع احتياجاته من وسائل الإعلام الجماهيري، حيث يربط بين اشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع هذه الحاجات.

3-تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في اشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.

4-إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.

[31]- محمد عبد الحميد، المرجع السابق،ص :279
[32]- حسن عماد مكاوي، **نظريات الإعلام**، (ط01، مصر، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009)، ص: 158.
[33]- مرزوق عبد الحكم العادلي، المرجع السابق، ص-ص: 124-125.

5-إن المعيار في الحكم على القيم الثقافية السائدة يجب أن يكون خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام، والإشباعات المحققة له، وليس من خلال الاعتماد فقط على المضمون المقدم في وسائل الإعلام.

ويرى **[كارتز]** أن المواقف الاجتماعية التي يوجد بها الأفراد هي التي تنشأ العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الحاجات.

وباختصار يرى **[كارتز] وزملاؤه** أن لكل فرد عدد من الحاجات التي تتولد نتيجة عوامل اجتماعية ونفسية معينة، تدفعه إلى بناء توقعات حول مدى الإشباع الذي يمكن أن تحققه وسائل الاتصال، ومن هنا يتخذ القرار باستخدام إحدى هذه الوسائل. وهو ما ينتج عنه إشباع بعض الحاجات وخلق حاجات جديدة تؤدي بدورها إلى تكرار التعرض.

د- عناصرها[34]:

1- الجمهور النشط.
2- الأصول النفسية والاجتماعية للجمهور.
3- دوافع الجمهور وحاجاته.
4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.
5- الإشباعات المحصلة والمتحققة.

وتمثل هذه العناصر مدخلات الدراسة من خلال النظرية ونظرتها البحثية العامة، والتي يمكن أن نلخصها في: نظرة النظرية للجمهور على أنه نشط يختار من بين الوسائل والمضامين المتاحة أمامه ما يحقق حاجاته التي جعلته يقبل على هذه المواد أو الوسائل، ثم يقوم أفراد الجمهور بتفسير المحتويات انطلاقا من أصولهم الاجتماعية والنفسية والتي تفرض بدورها أو تؤدي الى ايجاد حاجات ودوافع التعرض، كما ترى هذه النظرية أن الجمهور ينتظر من وسائل الإعلام أن تحقق له استجابة وإشباعا لحاجاته، وهو ما تم التعبير عنه بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام. وتشير النظرية الى أن الإشباعات التي قد يحصل عليها الفرد ليست بالضرورة هي الإشباعات التي توقعها الجمهور في البداية.

---

[34]- سعد آل سعود، **الاتصال والإعلام السياسي**، (ط01، الرياض، المملكة العربية السعودية، القنوات للنشر، 1427هـ)، ص...ص: 111-113.

هـ- الانتقادات الموجهة للنظرية:

واجهت نظرية الاستخدامات والإشباعات العديد من الانتقادات، والتي رأت وجود نقص فيها، وتتمل أهم هذه الانتقادات فيمايلي:

1- يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الإستقصاء، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة، والأمر في هذه الحالة يحتاج الى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع، والحاجات، وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث الى نتائج مفيدة[35].

2- هناك شكوك حول افتراض الجمهور النشط، فالنظرية تفترض أن الفرد لديه الوعي الكامل باحتياجاته، ويتصرف وفقا لهذه الاحتياجات، إذ نسجل على مستوى الأفراد وجود استخدامات غير هادفة ولا متعمدة.

3- لا يتضح في النموذج ما إذا كانت الحاجات متغيرا مستقلا أم تابعا أم وسيطا، فهل الحاجات هي التي تدفع الأفراد لاستخدام الوسائل، أم أن اشباع الوسائل لهذه الحاجات هو الذي يدفع الأفراد للتعرض لهذه الوسائل ويؤدي ذلك لظهور حاجات جديدة، تدفع الفرد لاستخدام هذه الوسائل؟[36]

4- تعدد المفاهيم المتعلقة بالنظرية مثل الحاجة، الإشباع، الدافع، الهدف، والوظيفة، وعدم الاتفاق على تعريفات محددة لها، كل ذلك قد يؤدي الى اختلاف في النتائج عند تطبيق نظرية الاستخدامات والاشباعات تبعا لاختلاف التعريفات، وبالتالي يقدح في مصداقية طرق القياس المستخدمة لمعرفة حاجات الجمهور[37].

اضافة الى ذلك تتفق المراجع التي تم الاطلاع عليها في هذا الخصوص على أن النظرية تشجع خضوع وسائل الإعلام لحاجات الجمهور ورغباته، ومن ثم الاتجاه نحو انتاج المحتوى الهابط بدافع أن هذا ما يريده الجمهور، زيادة على عدم صلاحية نموذج الاستخدامات والاشباعات للتعميم، على اعتبار أن استخدام وسائل الإعلام والاشباعات التي تحققها تتحكم فيه العوامل الثقافية والديمغرافية للجمهور.

[35]- سناء محمد الجبور، مرجع سابق، ص:167.
[36]- مرزوق عبد الحكم العادلي، مرجع سابق، ص: 127.
[37]- سعد آل سعود، المرجع السابق، ص: 118.

6. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1.التأثير:

ا-**لغة:** الأثر هو بقية الشيء، والجمع "آثار وأثور"، وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده وأتثرته وتأثَّرته: تتبعت أثره.

والأثر بالتحريك :ما بقي من رسم الشيء والتأثير في اللغة العربية وهو "influence" في الانجليزية والفرنسية يعني "إبقاء الأثر في الشيء " وأثَّر في الشيء :ترك فيه أثرا. والآثار:الأعلام[38].

ب-اصطلاحا:

التأثير "influence" مشتق من الكلمة اللاتينية الوسيطة "influentia"، التي تشير إلى القوة السرية التي تنسب إلى الكواكب في تعديلها لقدر الناس ،ثم استخدمت الكلمة للإشارة إلى قدرة أي كان في تغيير أفكار الأخر وأفعاله ،غالبا من دون علم منهم[39].

ويعرف المعجم الإعلامي التأثير بأنه: إحداث تأثيرات وتغييرات في السلوك والتفكير، وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة[40].

وقد اهتمت العلوم الاجتماعية بدراسة التأثير كأحد الأطروحات المؤسسة، خاصة في مجال علم النفس والاجتماع وانتشار الأفكار والموضة ودراسة الدعاية السياسية والإعلان. وقد اعتبر التأثير كتيار عجيب يجتاز المجتمع بأكمله ويصل إلى العقول من دون أن تدرك ذلك.

في مجال علوم الإعلام والاتصال مرت دراسة التأثير بعدة مراحل، عرفت اختلافا في الأطروحات المقدمة حول سطوة وسائل الإعلام. وكانت البدايات الأولى مع دراسة الدعاية النازية وتأثيرها في الجماهير الألمانية، حيث شكلت هذه الظاهرة موضوعا استدعى الدراسة في تلك الفترة. وقد أطلق على يد **[هارولد لاسفل]** في الثلاثينيات تيار بحثي يعنى بدراسة تأثير الدعاية من خلال وسائل الاتصال، وساد اعتقاد بالسلطة المطلقة لهذه الوسائل حيث كان ينظر للأفراد كذوات سلبية تتأثر مباشرة بمحتوى الوسائل

---

[38]-ابن منظور، **معجم لسان العرب**، (ط4، بيروت، دار صادر، 2005)، المجلد01، ص:52.

[39]- جان فرنسوا دورنيه، **معجم العلوم الإنسانية**، ترجمة جورج كتورة، (ط1، أبو ظبي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2009)، ص:179.

[40]- محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، (ط1، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006)، ص :52.

الاتصالية، وهو الاعتقاد الذي بدأ استثماره في المجال السياسي والإعلاني مع الإيمان بإمكانية التلاعب بالعقول بسهولة ،واستمر الوضع إلى أن اثبت **[بول ف.لازرسفيلد]** عام 1944[41] بأن وسائل الاتصال لا تؤثر في الأشخاص مباشرة، وإنما يكون ذلك بطريقة غير مباشرة وانتقائية ومحدودة ، وقد ظهرت بعد ذلك العديد من الاتجاهات والنظريات التي فسرت القوة التأثيرية لوسائل الإعلام والاتصال وعلاقتها بالمستخدم. وما يميز المجال الإعلامي والاتصالي اليوم هو التطور السريع الذي تشهده وسائل الإعلام والاتصال والتقدم الكبير الذي بلغته تكنولوجيا الاتصالات، ما أدى إلى زيادة الاهتمام بدراسة التغييرات التي تحدثها الوسائل الاتصالية الحديثة على الفرد المستخدم سواء من ناحية الأفكار أو الاتجاهات أو السلوكيات، خاصة أن أهم ما يميز الوسائل الحديثة أنها مع كل تطور تفرض أشكالا اتصالية جديدة وتغير من طبيعة العلاقة القائمة ما بين الفرد والوسيلة الاتصالية.

ج- إجرائيا:

نقصد بالتأثير في دراستنا هذه، التغير الحاصل في السلوك الاتصالي للطالب الجامعي وطرق تواصله مع الآخرين نتيجة التعرض لوسيلة الهاتف النقال.

2.الهاتف النقال:

ا-**لغة:** هو مصطلح مركب من كلمتين : هاتف ونقال.

والهاتف من الهتف والهتاف الصوت الجافي العالي، وقيل :الصوت الشديد، وقد هتف به هتافا أي صاح به[42].

وهتف يهتف هتفا والهاتف: جهاز يستخدم لنقل الأصوات.

ويعرفه قاموس [OXFORD] الانجليزي بأنه: "نظام كهربائي للكلام مع شخص ما في مكان آخر من خلال استعمال جهاز معين ، كما يعرفه بأنه جهاز يستخدم للحديث مع شخص ما"[43].

[41]- جان فرنسوا دورنيه،المرجع السابق، ص:180

[42]- ابن منظور،المرجع السابق، مجلد 15، ص :375

[43] -**OXFORD STUDENT'S DICTIONARY**, (Ingland, oxford university ,press2007), p : 712

أما النقال فهو من النقل : وهو تحويل الشيء من موضع إلى موضع، نقله ينقله نقلا فانتقل، والتنقل : التحول[44]. ويشير هذا المصطلح عموما إلى الحركة أو المقدرة على التحرك وفي العلوم الاجتماعية يشير إلى الحركة خلال مسافة فيزيقية ويطلق عليه حينئذ "التنقل الجغرافي" أو "التنقل الفيزيقي" ، كما يشار به إلى التحرك داخل نسق التدرج[45](أي التغيير في الدور والمركز).

ويشير قاموس [OXFORD] إلى أن النقال (mobile) يعني القابل للتحرك[46].

والهاتف النقال : هو هاتف يمكن للفرد أن يحمله معه فهو محمول.

ب-اصطلاحا:

الهاتف النقال هو امتداد للهاتف التقليدي الثابت الذي تحكمه الأسلاك ولغرض إضافة عنصر الحركة للهاتف تم اختراع وتطوير أنظمة خلوية تستخدم موجات الراديو، وتسمح بالاتصال بين المستخدم ومحطة التحويل.[47]

وقد ذكر [**حسن عماد مكاوي**] أن نظام الهاتف النقال: "عبارة عن أجهزة إرسال تستخدم موجات الراديو، وتسمح بوصول الإشارة إلى المتلقي في منطقة جغرافيا تسمى الخلية، وحين يتم استقبال الإشارة يتم تحويلها مباشرة إلى شبكة التليفونات المركزية"[48]، ويتم استخدام أجهزة تلفون صغيرة محمولة.

كما عرفه **[فضيل دليو]** بأنه: "عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة"[49].

---

[44]- ابن منظور، المرجع السابق، المجلد 13، ص:344

[45]- محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع**، (د.ط، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، د.ت)، ص:266.

[46] -Ibid, p :456.

[47] -Pierre Musso, **les télécommunications** , (Paris, edition La Découverte , 2008), p :13.

[48]- حسن عماد مكاوي، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، (ط2، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997)، ص:222.

[49]- فضيل دليو، **تاريخ وسائل الاتصال**، (د.ط، قسنطينة، CIRTA COPY، 2006)، ص:152.

أما قاموس [OXFORD] فقد عرف الهاتف النقال بأنه: "هاتف يمكنك حمله معك" ومصطلح mobile phone يشير في بريطانيا إلى التنقل غير الحقيقي (informal mobile)، أما في أمريكا فيشار به إلى الهاتف الخلوي (cellular phone [50]).

كما يعرف الهاتف النقال بأنه: "جهاز الكتروني للاتصالات اللاسلكية، غالبا ما يشار إليه باسم الهاتف الخلوي. ويرتبط الهاتف النقال بشبكات اتصال لاسلكية من خلال موجات الراديو، أو بث الأقمار الصناعية"[51].

ويطلق على الهاتف النقال عدة تسميات: الهاتف النقال، الهاتف المحمول والهاتف الخلوي. وهو نقال نظرا للقدرة على التنقل به، ونقله من مكان إلى أخر.

أما المحمول فهو من الحمل ، وحمل الشيء يحمله حملا وحملانا فهو محمول[52] وأطلق على هذا الجهاز اسم محمول، لأنه يحمل من طرف الشخص وينتقل معه.

أما الخلوي أو الخليوي في بعض الترجمات العربية، فهو نسبة لنظام الخلية الذي يعمل به الجهاز، والذي سنتطرق له في الفصول اللاحقة.

ج- إجرائيا:

كمفهوم إجرائي للهاتف النقال يمكن أن نقول أنه: "وسيلة الكترونية للاتصال اللاسلكي، صغير الحجم يمكن حمله والتنقل به، ويعمل وفق نظام الخلية الذي يستخدم الموجات الهرتزية، ويسمح بنقل البيانات والمعلومات على اختلاف نوعها(صوت، صور، كلمات) عبر مسافات بعيدة وبشكل سريع".

3.النمط:

أ-**لغة:** النمط وجمعه أنماط ونماط (بكسر النون وضم الآخر) ،هو ضرب من الضروب، والنوع من الأنواع، يقال: ليس هذا من ذلك النمط أي من ذلك النوع والضرب[53].

---

[50] - **OXFORD STUDENT'S DICTIONARY**,Op.cit. p: 456.

[51] -www.webopedia.com

[52]- ابن منظور، المرجع السابق، المجلد03، ص:227

[53]- المرجع السابق، ص :316

والنوع جمعه أنواع وهو كل ضرب من الشيء وكل صنف من الثياب والثمار وغير ذلك حتى الكلام وقد تنوع الشيء أنواعا[54]. والنمط من العلم والمتاع وكل شيء: نوع منه.

ويعرف قاموس [OXFORD] الانجليزي النمط(type) بأنه: مجموعة من الأفراد أو الأشياء التي تحمل خصائص معينة، وتشكل جزءا من جماعة أكبر، كما يعرف النمط بأنه النوع[55].

ويشار في العلوم الاجتماعية إلى النمط بأنه: نمط من العلاقات المتصورة أو الملموسة التي يشاهدها الإنسان في ملاحظته للعالم كأنماط السلوك الاجتماعي أو أنماط البناء الاجتماعي[56].

ب- إجرائيا:

استخدام مفهوم النمط في هذه الدراسة هو للإشارة إلى الأنواع أو الأشكال الاتصالية التي يعتمدها الفرد، وخاصة الطالب الجامعي، في الاتصال بغيره سواء لإيصال رسائل ومعلومات معينة، أو لبناء العلاقات الاجتماعية.

4.الاتصال:

ا-**لغة:** يرجع أصل كلمة اتصال إلى اللفظ اللاتيني [communis] الذي يعني عام أو مشترك، أو من اللفظ [communicare] الذي يعني تأسيس جماعة أو المشاركة[57].

وفي اللغة العربية، هي كلمة مشتقة من المصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية[58].

أما اللغتين الانجليزية والفرنسية فهما تستعملان لفظا واحدا للدلالة عليه وهي كلمة [communication]. ويجب أن نشير إلى أن هذه الكلمة باللغات الأجنبية تؤدي معاني كثيرة نعبر عنها باللغة العربية بكلمات مختلفة منها المواصلات والبلاغ والاتصال[59].

---

[54]- المرجع السابق، ص:386

[55] - **OXFORD STUDENT'S DICTIONARY**, Op.cit. p :746.

[56]- احمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، (د.ط، بيروت، مكتبة لبنان، 1993)، ص:271.

[57]- طارق سيد احمد الخليفي، **معجم مصطلحات الإعلام**، (ط1، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2008)، ص:69.

[58]- فضيل دليو، المرجع السابق، ص :17

[59]-زهير احدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**، (ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993)، ص:09.

أما قاموس [OXFORD] الانجليزي فيعرف الاتصال بأنه: "هو فعل تشارك أو تبادل المعلومات، الأفكار والمشاعر"[60].

وكلمة اتصال كلمة شائعة تستخدم في عدة سياقات وتحمل مدلولات مختلفة إذ يرى **[طارق سيد احمد الخليفي]** أن كلمة اتصال بمعناها المفرد communication تعني نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين الأفراد والجماعات، أما في صيغة الجمع communications فهي تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال[61].

ب- اصطلاحا:

تعددت تعاريف الاتصال وتنوعت نظرا لتنوع ظاهرة الاتصال وامتدادها إلى مجالات كثيرة للتفاعل الإنساني، وسنحاول تقديم بعض التعاريف التي وضعها العلماء على اختلاف تخصصاتهم:

يعرف **[مايكل ويسترون](M.Weestroun)** الاتصال بأنه "نقل المعاني وتبادلها بأي أسلوب يفهمه أطراف الاتصال ويتصرفون وفقه بشكل سليم"[62].

كما عرف بأنه "العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر، حتى تصبح مشاعا بينهما وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها "[63].

والاتصال كذلك هو "انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز، ويوصف الاتصال بأنه فعال حينما يكون المعنى الذي يقصده المرسل هو الذي يصل بالفعل إلى المستقبل. والاتصال هو أساس كل تفاعل اجتماعي، فهو يمكننا من نقل معارفنا وييسر التفاهم بين الأفراد[64].

---

[60] - **OXFORD STUDENT'S DICTIONARY**, Op.cit. p :146.

[61]-طارق سيد احمد الخليفي، **معجم مصطلحات الإعلام**، ص: 70.

[62]- بشير العلاق، **الاتصال في المنظمات العامة(بين النظرية والتطبيق)**، (د.ط، الأردن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص:17.

[63]- محمد جمال الفار، المرجع السابق، ص :08.

[64]- محمد عاطف غيث، المرجع السابق، ص:65.

ويعرف كل من **[بيرلسون وستاينر]** (Berelson,Steiner) الاتصال بأنه: " عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك"[65].

ويؤكد **[ستانلي]** (Stanley) أن الاتصال عبارة عن: " عملية تبادل تفاعلي بين أطراف ذات لغة مشتركة، وليس عملا فرديا منعزلا.حيث تقاس فعالية الاتصال في ضوء قدرة عملية التبادل على إحداث حالات تفاعل وتناغم وانسجام وفهم مشترك للرموز المتبادلة"[66].

في حين يرى **[تشارلز كولي]** (Charles Collie) بان الاتصال: " يعني ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان "[67].

إن التعريفات التي تناولت مفهوم الاتصال كثيرة ولا يمكن حصرها، وقد تضمن كل تعريف التركيز على جانب من جوانب العملية الاتصالية وشرح هذه الأخيرة في سياق العلم الذي ينتمي له الباحث سواء كان علم النفس أو الاجتماع أو السياسة ...الخ إلا أن جميع هذه التعريفات تتفق على أن عملية الاتصال تتكون من خمس عناصر أساسية هي : المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل والتأثير.

ويبقى أن الاتصال الاجتماعي هو الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية، أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان إلى آخر أو من جماعة إلى أخرى[68]. كما يذهب إلى ذلك **[جورج جربنر]** الذي يعتبر أن الاتصال صورة من صور التفاعل الاجتماعي، وهو العملية التي يتفاعل بها أطراف هذه العملية من خلال الرسائل ، في سياقات اجتماعية معينة[69].

وهناك من يتجاوز هذا المفهوم إلى الذهاب إلى أن الاتصال لا يقتصر فقط على الكائنات البشرية، بل يمتد كذلك إلى التفاعلات غير البشرية بل يتعلق بكافة الكائنات الحية وحتى التفاعل بين الآلات وهو التصور الذي نجده عند **نوبرت وينر**.

---

[65]- فضيل دليو ، المرجع السابق، ص :17.
[66]-بشير العلاق، المرجع السابق، ص:18.
[67]- فضيل دليو، المرجع السابق، ص :17.
[68]- محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، (ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2004)، ص:73.
[69]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، (ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص :23.

إن مجمل تعاريف الاتصال توضح أن هذا الأخير عبارة عن عملية تستلزم وجود أو إنشاء علاقات ما بين المرسل والمستقبل من خلال الرسالة المرسلة مهما كان نوعها أو طريقة ووسيلة نقلها، ما يترتب عنه حدوث أفعال وردود أفعال تصب في إطار هدف معين.

ج- إجرائيا:

سنتبنى خلال دراستنا هذه المفهوم الذي أعطاه **[كولي تشارلز هورتون]** للاتصال كمفهوم إجرائي كونه يعبر عن المعنى المقصود من كلمة اتصال في هذه الدراسة ،ويعرف **[كولي تشارلز هورتون- cooly charls horton**] الاتصال بأنه: "الأسلوب الذي تتكون من خلاله العلاقات الإنسانية وتستمر في الوجود، وهو يتكون من جميع الرموز الروحية، بما فيها الوسائل التي تنتقل عبر المكان، ويتم الحفاظ على استمرارها عبر الزمان، وتشمل تلك الوسائل تعبيرات الوجه ووضع الجسم والحركات الجسمية، ونغمة الصوت والكلمات والكتابة، والطباعة، والسكك الحديدية، والتلغراف والتلفون، وكل ما يستحدث من وسائل متجددة تستخدم لعبور المكان وتخطي الزمان ".

5.الطالب الجامعي:

أ-اصطلاحا:

جاء في [معجم مصطلحات التربية والتعليم] بأن لفظة "طالب" تطلق على كل متعلم مسجل في معهد عال أو جامعة أو كلية، على عكس كلمة تلميذ التي تطلق على المتعلم في صفوف مرحلة التعليم الأساسي[70].

وقد ذكر في معجم [مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم] أنه ينبغي التمييز بين لفظتي "الطالب" و"المتعلم"، أن الطالب هو كل من يلتحق بالمدرسة أو الجامعة بهدف الحصول على شهادة علمية. وبالطبع من خلال التحاق الطالب بالمدرسة أو الجامعة فإنه يتعلم بعض ألوان المعرفة، ويكتسب بعض المهارات العلمية والعقلية والاجتماعية...الخ، أما المتعلم فيمكنه أن يتعلم من الحياة ذاتها أو أية مؤسسة اجتماعية أو اقتصادية أو تربوية...الخ، موجودة في المجتمع وأحيانا قد لا يهتم المتعلم كثيرا بالحصول على درجة علمية وإنما يتعلم من أجل التعلم نفسه[71]. وعليه وبناءا على ذلك فإن ليس كل متعلم طالب. ورغم التمييز

[70]- جرجس ميشال جرجس، **معجم مصطلحات التربية والتعليم**، (ط01، لبنان، دار النهضة العربية، 2005)، ص: 350.
[71]- مجدي عزيز ابراهيم، **معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم**، (ط01، القاهرة، عالم الكتب، 2009)، ص: 696.

المذكور سابقا إلا أنه عادة لا يتم التفريق بين لفظتي الطالب والمتعلم ويتم التعامل معهما على نفس المستوى.

هذا وقد ورد في [المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية]، أن الطالب هو من يتابع الدّرس في معهد تربوي، ثانوي أو عال[72]. أما الطالب الجامعي فهو من الذي يدرس في أحد معاهد التعليم العالي ولم ينل بعد شهادته الجامعية الأولى أو الدرجة المهنية الأولى في حقل دراسته[73].

ويرى [عبد الله محمد عبد الرحمان] أن الطلاب الجامعيين هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية[74].

فيما يتجه عدد من الباحثين في تعريفهم للطالب الجامعي بالانطلاق من كونه شاب، إذ يعرف بأنه: "شاب والشباب فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع، وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة، تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته[75].

ويذهب [محمد علي محمد] الى أن الطلبة الجامعيون: "جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، اذ يرتكز المئات والألوف من الشباب في نطاق المؤسسات العمومية، حيث يشير الى أن الشباب ظاهرة اجتماعية أساسا تشير الى مرحلة تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي واضحة[76].

أما [رابح تركي] فيرى أن الطلاب "هم نخبة ممتازة من الشباب والشابات الممتازين في ذكائهم ومعارفهم العلمية"[77].

---

[72]- فريد نجار، **المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية**، (ط01، بيروت، لبنان، مكتبة لبنان، 2003)، ص: 964.
[73]- المرجع نفسه، ص: 1055.
[74]- سميرة منصوري،**اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة في المجتمع الجزائري (دراسة ميدانية بجامعة منتوري -قسنطينة-)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2001/2000، ص: 35.
[75]- اسماعيل علي السعد، **الشباب والتنمية في المجتمع السعودي**، (د.ط، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1989)، ص: 37.
[76]- محمد علي محمد، **الشباب العربي والتغيير الاجتماعي**، (د.ط، لبنان، دار النهضة العربية، 1985)، ص : 92.
[77]- الصيد حاتم، **الاشاعة والرأي العام الجامعي (دراسة ميدانية ببعض معاهد جامعة منتوري)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2001/2000، ص: 146.

كما عرف الطالب الجامعي بأنه: "شاب له خصائصه ومميزاته وحاجاته الخاصة به، يمتاز بنوع من الذكاء، ومجموعة من المعارف العلمية، له طموحاته وأهداف يتطلع اليها المجتمع، سمحت له شهادته العلمية بأن يتلقى تعليما عاليا في مؤسسة علمية راقية[78].

وجاء أيضا في تعريفات الطالب الجامعي أنه:

- الطلبة الجامعيون هم شريحة من الشباب يتميزون بقدرات علمية تجعلهم أكثر حيوية ونشاطا من غيرهم، وتؤهلهم لممارسة أدوار اجتماعية ومهنية متميزة، والمساهمة في إحداث التغيير والتنمية في مجتمعاتهم وأوطانهم[79].
- الطالب الجامعي، فرد شاب أهلته شهادته للتعليم الثانوي الالتحاق بمؤسسات التعليم العالي من أجل تلقي تعليما ذو مستوى عالي يساعده على تنمية قدراته والاستجابة لمختلف حاجاته، سعيا لاكتمال شخصيته واتمام تعليمه بمؤهل علمي عالي، يؤهله ليكون اطارا فاعلا في تنمية مجتمعه[80].
- الطالب الجامعي ذو كفاءة علمية أهلته لإكمال دراسته أو تكوينه في الجامعة تبعا لتخصصه وطموحه، ليشغل بذلك وضعا متميزا في بناء المجتمع[81].

وبناءا على ما جاء في التعريفات السابقة نلاحظ ارتباط صفة الطالب الجامعي بمزاولة الدراسة في الجامعة من جهة، وبفئة الشباب من جهة أخرى. والشباب يشكل فئة متميزة في أي مجتمع بشري، لأسباب ذاتية وموضوعية، تتلخص في وجودهم في طبقات المجتمع وفئاته كلها، وهم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطا، ويعدون مصدرا من مصادر التغير الاجتماعي، وحالة نفسية اجتماعية انفعالية تتقبل التغيير ، وسرعة التوافق مع المتغيرات والتكيف معها بكل جرأة، كما تتصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع في المجالات كافة[82]. ما يؤهلها لأن تكون قادرة على إحداث التغير في المجتمع، كما تتميز هذه المرحلة العمرية بميول الشباب الى التحرر والاستقلال عن السلطة الأبوية، والنقد والمغامرة وتكوين

---

[78]-مالك شعباني، **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين**، رسالة دكتوراه في علم الاجتماع، قسنطينة، 2006/2005، ص: 22.

[79]- سمية تنيو، **الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية –صناع الحياة نموذجا-**، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2007/2006، ص: 37.

[80]- آمنة سعدون، **التعليم العالي وتنمية قدرات الطالب الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة منتوري)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2005/2004، ص: 16.

[81]- بوذراع ياسين، **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة)**، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2010/2009، ص: 20.

[82]- كمال عمران، **"وقت الفراغ في منظور طلبة جامعة دمشق"**، مجلة العلوم الانسانية، عدد 14، ديسمبر 2000، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، ص: 57.

علاقات اجتماعية خاصة مع من يوافقونهم في أفكارهم وتوجهاتهم. وبناءا على ذلك يكون الشباب والطالب الجامعي كأحد الفئات الممثلة لهذه الفئة العمرية، أكثر قدرة على التعاطي مع التغيرات المحيطة به، ومن ذلك متغيرات التكنولوجيا، فهم أكثر اقبالا وقدرة على التكيف مع منتجات التكنولوجيا، ويتعاملون معها بشكل كبير خلال حياتهم، والأكثر من ذلك هو تسجيل وجود شغف لدى هذه الفئة بالتكنولوجيا ومستحدثاتها، الأمر الذي يكون له بالضرورة جملة من الانعكاسات على حياة الشاب. أما فيما يخص تحديد سن الشباب، فقد جاء في مؤتمر "وزراء الشباب" الأول في جامعة الدول العربية بالقاهرة عام 1969، أن مفهوم الشباب يتناول أساسا من تتراوح أعمارهم بين 25 و30 سنة، انسجاما مع المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن، ونظرا لارتباط صفة الطالب الجامعي بالشباب الذي يزاول دراسته في إحدى مؤسسات التعليم الجامعي، فإنها تتحدد بالفترة الممتدة بين 18 الى 23 سنة، باستثناء الذين لهم تأخر دراسي لأسباب معينة تصل أحيانا الى خمس سنوات[83] أو أكثر.

ب–اجرائيا:

سنتبنى خلال دراستنا هذه تعريف البروفيسور[فضيل دليو] للطالب الجامعي كتعريف اجرائي نظرا لموافقته لأهداف الدراسة واتجاهها، حيث عرف الطالب الجامعي بأنه: " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي الى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية"[84].

ونضيف الى هذا التعريف أن الطالب الجامعي شخص تسمح له صفاته ومميزاته لأن يمتلك القابلية للتكيف مع منتجات التكنولوجيا وتوظيفها في حياته الشخصية والدراسية والاجتماعية والعملية.

[83]- خلاف بو مخيلة، **جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوبة**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2007/2006، ص: 98.

[84]- فضيل دليو، **"الجامعة: تنظيمها وهيكلتها"**، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد الأول، 1995، جامعة قسنطينة، ص: 226.

الفصل الثاني: مدخل للاتصال

I. التطور التاريخي لوسائل الاتصال
1. الأشكال الأولى للاتصال.
2. مرحلة الكتابة.
3. مرحلة الطباعة.
4. مرحلة الاتصال الجماهيري.
5. مرحلة الاتصال التفاعلي.

II. عناصر ومحددات العملية الاتصالية
1. المرسل.
2. الرسالة.
3. وسيلة الاتصال.
4. المستقبل أو المتلقي.
5. رجع الصدى.

III. أنماط الاتصال
1. حسب اللغة المستخدمة
2. حسب درجة التأثير وحجم المشاركين
3. حسب طبيعة المصدر

IV. الاتصال في عصر التكنولوجيا

V. الأهمية الاجتماعية للاتصال

VI. ملخص

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه، هي القاعدة التي اتفق عليها أغلب الباحثين والعلماء، وأثبتها علم النفس الاجتماعي، فالإنسان ذلك الكل المعقد من الأفكار والمبادئ والأنماط السلوكية، إنما هو نتاج مجتمعه الذي يحيى به ، إذ يرى [ميزونيف Misonneuve] أن طبيعية الإنسان مزدوجة فهو اجتماعي، بمعنى انه عضو نشيط في المجتمع وله أنانيته. وهو كذلك نتاج هذا المجتمع ومتأثر به[1]. فمنذ وجود البشر انتظموا في جماعات معيشية تعددت وتطورت وتحولت من الشكل البسيط إلى المعقد المركب أو ما يسمى بالمجتمع، ولعب الاتصال في ذلك دورا محوريا وساهم بآلياته ونظمه ووسائله في دفع حركة التطور التي مست بناء المجتمع.

إذ قبل أن تنشأ المجتمعات والمدن والأمم، كان البشر ينتظمون في شكل جماعات بسيطة بدائية، والجماعة تتكون من ثلاثة أشخاص أو أكثر بينهم علاقة ودية، حيث يوجد تأثير قوي متبادل ونشاط انفعالي مباشر طويل الأمد بين الأفراد الذين يكونونها، ونتيجة لذلك تتعدل شخصية كل عضو فيها [2]. وقد عرف عالم الاجتماع الأمريكي –ومؤسس أول قسم جامعي لعلم الاجتماع بأمريكا– [**البيون سمول**– Albion Small (1854–1926)] سنة 1905م الجماعة الاجتماعية بأنها:" مجموعة من الناس كبيرة أو صغيرة الحجم، تربط أعضائها علاقات اجتماعية قوية تساعد على تحقيق أهدافهم الأساسية"[3]، ويذهب البعض إلى أن الجماعة تمثل إطارا للرقابة الاجتماعية. وما ميز الجماعات أن كل واحدة تقوم بتطوير ثقافة خاصة بها، قائمة على مجموعة من المعتقدات والمبادئ واللغة والتقاليد[4]. وتتشكل ضمنها هوية خاصة وذاكرة جماعية تنتقل من جيل إلى آخر، هذه العناصر يكون تشكلها نتاج سلسلة من عمليات التواصل ما بين أفراد الجماعة. وتوسع حجم الجماعات البشرية وأخذت في الكبر، وتحولت إلى ما يعرف بالمجتمع المكون من مجموعة من الجماعات، التي تنشأ في إطاره، وهي تتعدد وتتنوع حيث اختلفت تقسيماتها وتصنيفها لدى العلماء والمختصين. وتبعا لتطور المجتمعات تطورت كذلك طرق وأساليب الاتصال ذلك أن هذا الأخير –أي الاتصال– يعد عنصرا هاما في بناء العلاقات الإنسانية ونقل التراث والثقافة وأنماط السلوك،ويذهب جمال العيفة إلى أن تعريف المجتمع اعتمادا على المدخل الاتصالي هو: "مجموعة من الأفراد تكون في حالة اتصال دائم، ولها أهداف ومصالح مشتركة متبادلة، وبالاتصال الدائم

[1]- زهير احدادن، **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**، (ط02، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993)، ص:10.

[2]- جلال عبد الوهاب، **العلاقات الإنسانية والإعلام**، (د.ط، الكويت، ذات السلاسل، 1984)، ص:111.

[3]-جمال العيفة، **مؤسسات الإعلام والاتصال(الوظائف، الهياكل، الأدوار)**، (د.ط، الجزائر،ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص:199.

[4] -Bruno Ollivier, **les sciences de la communication**, (Paris, Armand Colin,2007), p :87.

نعني جميع التفاعلات والروابط، التي تجمع بين الأفراد، مهما تكن هذه الروابط مباشرة أو غير مباشرة، شعورية أو لا شعورية، تعاونية أو عدائية"[5]، وانطلاقا من ذلك انتقل الإنسان في تواصله مع غيره من الشكل البسيط القائم على الكلمة المنطوقة والمواجهة المباشرة إلى الشكل الرقمي التفاعلي، الذي يميز عصرنا اليوم. فكان لنمو المدن وتطورها وتعدد العلاقات داخلها أثر في تطور وسائل الاتصال وابتكار طرق تواصلية جديدة تتماشى مع معطيات العصر. ففي عهد المجتمع الصغير البسيط كان تواصل الناس فيما بينهم يتم بشكل مباشر وجها لوجه، فكانت الاتصالات ناجحة وفعالة، ومع تطور المجتمعات وتقدمها وزيادة حجمها وما صاحبه من ظهور للمدن الكبرى وبروز موجات الهجرة بحثا عن العمل والتقدم، بدأت المسافات تكبر بين الأفراد، وأصبح الاتصال المباشر يلقى نوعا من الصعوبة، فتحول الناس إلى التواصل بطرق أخرى أقل مباشرة من الاتصال المواجهي، وزاد الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال خاصة الحديثة منها، والتي قربت وربطت أقطار العالم فظهر الراديو والتلفزيون والاتصالات السلكية واللاسلكية والموجة الرقمية التفاعلية... والتي عمقت أو وطَّدت –إن صح التعبير– العلاقة مابين الفرد ووسائل الاتصال، وبتنا اليوم نشهد ثورة حقيقية في وسائل وطرق الاتصال بين الأفراد.

والمتتبع لمسيرة تطور المجتمعات يلاحظ أن تطورها كان دائما مصحوبا بتطور الوسائل الاتصالية، ما دفع إلى قيام جدلية من طور من؟ المجتمع هو الذي أدى إلى تطور وسائل الاتصال أم العكس وسائل الاتصال هي التي دفعت إلى تطور المجتمعات وتعقدها؟ لكن الأكيد أن لكل منهما تأثير على الأخر، وكل منهما ساهم في تطوير الأخر، فإن كان تعقد المجتمع وتشابك شبكاته وفروعه يحتم ابتكار طرق تواصلية جديدة(تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والثقافية الخاصة بالمجتمع)، فإن وسائل الاتصال بدورها تفرض طرقا جديدة تدفع بالمجتمع إلى تغيير أنماط بناءه وتوزيع فئاته ومراكز القوة داخله.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق لمختلف مراحل تطور وسائل الاتصال والأساليب الاتصالية، التي اعتمدها الإنسان في ربط العلاقات مع الآخرين، وكذا أهمية العملية الاتصالية في البناء الاجتماعي.

[5]- جمال العيفة، المرجع نفسه، ص:200.

I. التطور التاريخي للاتصال:

مر تطور الاتصال وأساليبه ووسائله بعدة مراحل تزامنت مع تطور حياة الإنسان وطرق تفكيره، ويرى الفيلسوف وعالم الاجتماع الكندي[**مارشال ماكلوهان- Marshall Mcluhan** (1911-1980)] بأن الخصائص الأساسية للوسيلة المسيطرة في النظام الاتصالي المتبني من طرف كل مجتمع، تدل على كيفية التفكير وتنظيم المعلومات على مستوى المجتمع برمته، وذلك لأن الناس يتكيفون مع الظروف المحيطة بهم عن طريق توازن الحواس الخمس مع بعضها البعض، وأن كل اختراع تكنولوجي جديد، يعمل على تغيير التوازن بين هذه الحواس.[6] وتوجد العديد من التقسيمات للمراحل التي مر بها تطور الاتصال البشري ووسائله، بحيث يعتمد كل تقسيم على معيار معين، ومن خلال التمعن في ما ورد في المراجع التي تناولت موضوع تطور الاتصال البشري ووسائله، والبحث في هذا الموضوع، يمكن القول أن تطور الاتصال ووسائله يفرض عدة معطيات تتمثل أساسا في:

- ✓ إن تطور أي شكل أو وسيلة اتصالية يكون نتيجة احتياجات اجتماعية.
- ✓ كل وسيلة جديدة تفرض طرقا محددة لتبادل، ونقل، وبث المعلومات، هذه الطرق تؤثر على اكتساب المعرفة وعلى المحيط الاجتماعي والسياسي...الخ.
- ✓ ظهور وسائل اتصالية جديدة يؤدي إلى ظهور مهن جديدة ومن ثم ظهور قطاعات اقتصادية جديدة.
- ✓ كل وسيلة جديدة تفرض ملامح العلاقة ما بينها وبين المحيط السياسي، خاصة الوسائل الإعلامية منها التي تكون عادة خاضعة للرقابة.
- ✓ كل وسيلة اتصالية جديدة مسئولة عن تشكيل السمات والخصائص الاتصالية للجماعة التي تستخدمها.
- ✓ تطور الوسائل الاتصالية يؤثر في تطور الأشكال التي تتخذها الرسائل، وطرق التعبير، وكذا طرق الإنتاج الفكري، والتنظيم الاجتماعي.

ويمكن تقسيم المراحل التي مر بها تطور الاتصال الإنساني عل الشكل التالي:

---

[6]- فضيل دليو، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق**، (ط1، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010)، ص-ص:40-41.

1. المرحلة الأولى: الأشكال الأولى للاتصال

التطرق لأشكال الاتصال الأولى غالبا ما ينطوي على نوع من الجدل، ذلك أنه لا يوجد اتفاق حول طبيعة الوسيلة الأولى التي استخدمها الإنسان في التواصل مع غيره، فهناك من العلماء –وهم الغربيون على العموم– من يقسم هذه المرحلة إلى عصرين: يتمثل الأول في عصر الإشارات والاتصال غير اللفظي، أما العصر الثاني فهو عصر الاتصال اللفظي أو عصر التخاطب واللغة، وهم ينطلقون في ذلك من أن الإنسان لم يكن ناطق في البداية، وأن استخدامه للغة تلخص في إصدار بعض الأصوات كالزمجرة، والهمهمة، والصراخ، ولأن قدراته الكلامية كانت محدودة جدا، وغير متطورة، فقد عمد إلى التواصل مع غيره من خلال حركات الجسد والرموز والإشارات: كالدخان وقرع الطبول وما إلى ذلك من الأساليب، التي تسمح له بالتواصل مع غيره وتنظيم حياته، إلى أن توصل في مرحلة من مراحل حياته إلى تنمية قدرات لسانه، وتطوير لغته ومن ثم أصبح مخلوقا ناطقا، يتواصل مع غيره عن طريق الكلام. والحقيقة أن اعتماد هذا التقسيم ينطوي على نظرة داروينية، مناقضة لما جاء في القران الكريم، أن الإنسان ولد ناطقا ويملك القدرة على النطق، وهو ما يتضح في عديد الآيات القرآنية، مثل قوله تعالى في سورة البقرة : "**وعلم آدم الأسماء كلها ثم عرضهم على الملائكة فقال انبؤوني بأسماء هؤلاء إن كنتم صادقين، قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا انك أنت العليم الحكيم، قال يا آدم أنبئهم بأسمائهم فلما أنبأهم بأسمائهم قال الم اقل لكم إني اعلم غيب السموات والأرض واعلم ما تبدون وما كنتم تكتمون**" (البقرة: 31...33) وهي إشارة واضحة إلى أن سيدنا آدم عليه السلام، وهو أول إنسان خلق، كان ناطقا، وعليه وباعتبار أننا مسلمين، فإن تصنيفنا لهذه الفترة على أساس طرق ووسائل الاتصال المستخدمة، سيكون بالدمج بين الاتصال اللفظي المباشر، والاتصال غير اللفظي باستخدام الرموز والإشارات.

فالإنسان خلال مراحل حياته الأولى كانت علاقته بالآخرين تتم على أساس اللقاء والحديث المباشر، وطبعت تلك العصور ما يسمى بالثقافة الشفوية، التي تعتمد أساسا على الكلام المنطوق، إضافة إلى استخدام لغة الجسد من إشارات، وحركات بواسطة الأيدي والأرجل وملامح الوجه، وفي نفس الوقت، لم يكن الإنسان الأول يملك الوسائل التي تسمح له بإيصال رسائله إلى مسافات بعيدة، وفي وقت قصير، لذا عمد إلى استحداث طرق تمكنه من بث معلومات تصل إلى أماكن بعيدة نوعا ما، وتعتمد على معطيات الطبيعة، فلجأ إلى إشعال النار، حيث استخدم الهنود واليونانيون مثلا طريقة البرق المرئي للتواصل حيث

توقد مشاعل وتوضع فوق قمم الجبال والتلال[7]، اضافة الى الاستعانة بأصوات الطبول، واستخدم المرايا في عكس الإشارات...الخ وهي وسائل تعتمد في الأساس لالتقاط رسائلها، على حواس الإنسان، لذلك كانت قدرته على الاتصال في ذلك الوقت محدودة، وما زاد من محدوديتها عوائق الطبيعة، وعوائق المسافة والزمن، التي حالت دون تطور الإنسان حضاريا.

إن الاتصال المباشر الذي كان يتم بين الناس، ساعد على اقترابهم أكثر بعضهم ببعض، وعلى احتكاكهم مع بيئتهم، ودعم العلاقات القائمة بينهم، ما جعلهم متماسكين اجتماعيا، فكانت حياتهم منتظمة في شكل قبائل تسودها روح المجموعة، ويحكمها الضمير الجمعي، الذي يجعل من كافة أفراد هذه القبيلة، يشكلون كيانا واحدا، قوامه مجموعة من الروابط القوية. ومن المؤكد أن الاتصال لعب دورا هاما في تحديد الادوار التي كان يتعين على الآخرين القيام بها في ظل التنظيم الاجتماعي القائم، ولعب دورا رئيسيا في نقل الخبرات المتراكمة لدى جيل من الناس الى جيل آخر... والدور الأساسي للاتصال في المجتمعات البدائية كان الحفاظ على البناء الاجتماعي وتنشئة الاجيال التالية تنشئة اجتماعية[8].

تأقلم الإنسان مع بيئته، وتواصله مع غيره، أدى إلى تنظيم حياته وفق أنساق معينة. وحاجته إلى التطور وتجاوز التنظيم البدائي في العيش، جعل الوسائل الاتصالية التي كان يستخدمها، عاجزة على تحقيق ذلك، لذا عمد إلى تطوير أساليبه الاتصالية، واستحدث طرق ووسائل جديدة، طورت أسلوب حياته ودفعت به أكثر نحو التعقيد والتشابك، وسمحت له بتجاوز حدود بيئته المحلية والوصول إلى أماكن أخرى، ومن هنا مر الإنسان إلى عصر اتصالي جديد.

---

[7]- ابراهيم الاخرس، **<u>الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية</u>**، (ط01، مصر، ايتراك للطباعة والنشر، 2008)، ص:25.

[8]- حمدي حسن، **<u>مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال</u>**، (د.ط، القاهرة، مصر، دار الفكر العربي، 1987)، ص:13.

2. المرحلة الثانية: مرحلة الكتابة

تطور حياة الإنسان وتكيفه مع بيئته جعله يطوع هذه البيئة ويستغلها لتلبية حاجاته الأساسية، فاعتمد على الصيد، ثم اشتغل في الزراعة وتربية الحيوانات لتلبية حاجاته الغذائية، واستغل المواد الأولية الموجودة في الطبيعة، لبناء البيوت وصناعة وسائله التي يحتاجها في حياته، وبعد استقرار المجتمعات الزراعية، ظهرت الحاجة إلى وسيلة تمكن الإنسان من تسجيل الأراضي والأملاك الخاصة، وتسيير الحياة الاجتماعية، ومن هنا استحدث الإنسان الكتابة، التي ظهرت أشكالها الأولى لدى السومريين الذين اخترعوا اقدم طريقة للكتابة –التي تعتمد على النطق– في العالم وهي الطريقة السومرية، واستطاعوا الكتابة على الطين اللين، وذلك منذ حوالي سنة 3600 سنة ق.م[9]، لكن قبل ظهور هذه الطريقة كانت الكتابة عبارة عن رموز تصويرية تعتمد على عدد من الأشكال، التي يتم حفرها على جدران وأسطح المعابد والمقابر، بحيث يشير كل رمز إلى معنى معين، وقد استخدمت هذه الكتابة لتسجيل الأحداث المهمة، واستعملت من طرف الفراعنة الذين ابتكروا نظام النقوش البارزة، التي كانت تحفر في البداية على الحجر ثم أصبحت ترسم وتلون، ليطور بعدها السومريون نمطا آخر من الكتابة، يعتمد أساسا على الرموز التي تعكس أصوات محددة، فبعد أن كان الرمز في مرحلة الكتابة التصويرية يشير إلى فكرة معينة، أصبح في فترة الكتابة على أساس النطق، يشير إلى صوت محدد، وهو ما أدى إلى تقليص عدد الرموز المستخدمة في الكتابة وسهل القراءة والكتابة. لتظهر فيما بعد الكتابة الهجائية في بلاد الإغريق عام 700 ق.م، وتعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي، وكان هذا أهم انجاز بشري ظهرت من خلاله الأبجديات اللغوية لشعوب العالم[10].

وتزامنا مع ظهور الكتابة كان الإنسان بحاجة إلى دعامات للتسجيل والتدوين، فاستخدمت في البداية الألواح الطينية، كبديل عن جدران المعابد والمقابر، ثم استخدم المصريون القدامى ورق البردي، واستخدمت قبائل المايا لحاء شجر **الفيكس– Ficus** [11]، إلى أن اخترع الصينيون الورق، الذي وصل إلى العرب من خلال الفتوحات الإسلامية، ليقوموا بدورهم بتطويره، وأنتجوا ورقا من ألياف الكتان، ثم

---

[9]- حسن عماد مكاوي، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، (ط02، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 1997)، ص :42.

[10]- فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، (ط1، الأردن، دار سامة، 2010)، ص: 21.

[11]- حمدي حسن، المرجع السابق، ص: 19.

انشئوا مصانع الورق، ونقلوا صناعته إلى أوروبا[12]، وبالتالي امتلك الإنسان وسيلة للتدوين خفيفة الوزن وسهلة الحمل، وأكثر عملية من الصخور والألواح الطينية والخشبية.

كانت المجتمعات الشفوية تعتمد في نقل التراث على الذاكرة الشخصية للأفراد، وكانت المعلومات تتأثر بمدى محافظتها على صيغتها الأولى خلال انتقالها، ولم يكن هناك تأريخ للأحداث، لكن بظهور الكتابة انتهى ما يسمى بعصر ما قبل التاريخ، وبدأت مرحلة التاريخ، حيث استغل الإنسان الكتابة في تسجيل الأحداث الهامة، والعلوم، والأخبار، وانجازات القادة، وتغير تنظيم المجموعات البشرية، وظهر نظام الدولة.

فامتلاك الإنسان لوسائل عملية، ونظام رمزي مكتوب –يمكن من إنتاج المعلومات وقراءتها بسرعة–، أدخل تغيرات اجتماعية وثقافية وسياسية واقتصادية على المجتمعات، فتأسست الدول، وبدأت تظهر أشكال البيروقراطية، والتدوين، والأرشيف، ووضع قوائم بأسماء السكان، وتسجيل المواليد والوفيات، واكتتاب الأملاك، ووضعت الدساتير والقوانين المكتوبة، وهو ما سمح بزيادة التحكم في طرق تسيير المجتمع، وكذا التحكم في الطبيعة، من خلال تدوين نتائج البحوث والسماح بتراكم المعارف بما يؤسس العلوم. إن اعتماد المجتمع لطرق الاتصال المكتوب واللغة، سمح له بتطوير نفسه وإنشاء الحضارات، وإقامة المدن(في أشكالها الأولى)، التي عرفت ظهور المدارس لتعليم القراءة والكتابة، وظهور المكتبات والكتب، وتطوير طرق التدوين، وظهور نظام الإدارة في التسيير. وعلى العموم فالمرور من المجتمع الشفوي إلى المجتمع الذي يعتمد على الكتابة حمل عدة دلالات[13]:

1– دلالات تقنية: متعلقة بالوسائل والدعامات والحركات الضرورية للكتابة.

2– دلالات سميولوجية: متعلقة بشكل الرمز وعلاقته بمعناه(الدال والمدلول).

3– دلالات اجتماعية: متعلقة بانتظام الأفراد في جماعات، واعتماد الكتابة في العمل والإنتاج.

4– دلالات سياسية: بحيث تسمح الكتابة بحفظ الذاكرة وخلق طرق مبتكرة لتخزين المعلومات الخاصة بالدول وإعداد القوائم التي تسمح بالتحكم في طرق التسيير.

[12]- فضيل دليو، **تاريخ وسائل الاتصال**، (د.ط، قسنطينة، cirta copy، 2006)، ص: 37 (بتصرف).

[13] - Bruno Ollivier, OP.cit, p : 122.

3. المرحلة الثالثة: مرحلة الطباعة

ظل الإنسان يعتمد في عملية نسخ المعلومات على الطريقة اليدوية، التي كانت تتطلب الكثير من الجهد والوقت، ثم راح يبتكر طرقا جديدة تمكنه من الحصول على أكثر من نسخة بأسرع وقت ممكن واقل جهد، فظهرت الأشكال الأولى للطباعة لدى الصينيين، الذين استخدموا النسخ بالألواح الخشبية المحفورة قبل الميلاد بحوالي 1600 سنة، وقد انتقلت هذه الطريقة إلى أوروبا خلال القرن الرابع عشر ميلادي بواسطة الملاحين الهولنديين، وتعود الكتب الأولى، التي طبعت بهذه الطريقة، إلى سنة 1431م[14]. وفي سنة 1436م تمكن الألماني [يوحنا غوتنبرغ] من اختراع آلة للطباعة تعتمد على الحروف المعدنية المنفصلة، وطبع الإنجيل بواسطتها، ليكون بذلك أول كتاب يطبع بطريقة آلية عام 1455م[15]، لتنتشر بذلك الطباعة في أنحاء أوروبا وأمريكا. وبحلول القرن السادس عشر ميلادي كانت المطابع تنتج آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق، وأدى انتشار الكتب والمطبوعات إلى زيادة الاهتمام بتعلم القراءة. بفضل تطور الطباعة وطرق المواصلات والتوزيع ظهرت أول وسيلة إعلامية وهي الصحافة المكتوبة، فعرفت المجتمعات الأوروبية ظهور المجلات والجرائد التي كانت في البداية حكرا على الطبقة الارستقراطية ورجال السياسة، لتصبح فيما بعد شعبية أو جماهيرية موجهة للجميع، وقد ظهرت أول صحيفة منتظمة في هولندا سنة 1605م، أما أول يومية فكان ظهورها في بريطانيا سنة 1802[16]. وتعرضت المطبعة والصحافة المكتوبة منذ ظهورها إلى عدة ضغوط من طرف الكنيسة والسلطات السياسية، التي فرضت عليها الكثير من القيود والرقابة التي تحد من حريتها، ما جعلها منذ نشأتها تقود العديد من الصراعات للحفاظ على وجودها. وعلى العموم فإن عصر الاتصال المكتوب والمطبوع جعل الأفراد يحصلون على كميات اكبر من المعلومات وفي وقت قصير، كما ساهم في زيادة تعبير الأفراد عن وجهات نظرهم وآرائهم الشخصية، ويرى [ماكلوهان] أن المطبوع ساهم في نشر الفردية، وشجع العزلة والاعتماد على الذات[17].

---

[14]- محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، (ط1، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص:16.
[15]- خليل صابات، **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، (ط05، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1987)، ص: 31.
[16]- فضيل دليو، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق**، ص: 48.
[17]- المرجع نفسه، ص :42.

4. المرحلة الرابعة: مرحلة الاتصال الجماهيري

ما ميز هذه الفترة هو ظهور وسائل الاتصال الحديثة ممثلة في الإذاعة والتلفزيون والأقمار الصناعية، وقد توصل الإنسان إلى هذه الوسائل من خلال المرور على عدد من المخترعات، فتطور حياة الإنسان وتعقد أشكال انتظامها، وسع آفاقه وجعله بحاجة إلى التواصل عبر المسافات البعيدة، فبرزت الحاجة إلى امتلاك وسائل تسهل الاتصال وتفتح العالم، وتمكن الإنسان من التغلب على عوائق المكان والزمان، وتجاوز الحدود الجغرافية والعوائق السياسية.

إن بروز الثورة الصناعية في أوروبا ومخلفاتها، من تطور للصناعات وفتح للأسواق وتطور المواصلات وآلات الإنتاج، جعل الإنسان بحاجة إلى وسائل اتصالية جديدة أكثر سرعة في نقل المعلومات. حيث توالت الاختراعات خلال القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، إذ عرفت بداية القرن التاسع عشر ظهور المغناطيس الكهربائي، الذي استغل من طرف [صامويل مورس] في اختراع التلغراف سنة 1837م[18]، وبذلك بدأ الاتصال عن بعد باستخدام الأسلاك، ليتم بعد ذلك النجاح في نقل الصوت البشري عبر مسافات طويلة من خلال جهاز الهاتف، الذي اخترع على يد [جراهم بل] سنة 1876م[19]. وفي عام 1895م عرف الإنسان ظهور السينما التي كانت صامتة في بدايتها ولم تصبح ناطقة إلا سنة 1927م.

ثم اكتشف العلماء وجود موجات كهرومغناطيسية في الفضاء، وهي الموجات التي تم استغلالها في البث الإذاعي، لتظهر بذلك أول محطة إذاعية سنة 1920م كوسيلة إعلامية جديدة، تطورت واحتلت مكانة رئيسية في المجتمع، ونظرا لطبيعتها وخصائصها التي تعتمد على الصوت وإثارة الخيال، فإن الإذاعة رجعت بالإنسان إلى مرحلة التواصل المسموع أو الشفوي، وقد لاقت هذه الوسيلة نجاحا وإقبالا واسعا، واتخذها الأفراد رفيقا لهم خلال نشاطاتهم اليومية، ونظرا لقدرتها على إيصال الرسائل بسرعة والتأثير في المستمعين، استخدمت كأحد وسائل الدعاية أثناء الحروب، والترويج للأفكار، واستغلها السياسيون لإيصال وجهات نظرهم. لكن سرعان ما برزت وسيلة أخرى تنافس الإذاعة، وهي التلفزيون الذي بدأت تجاربه الأولى في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا[20]، حيث تقول بعض الوثائق أن **بيرد– Baird** أقام أول محطة لتقديم خدمات تلفزيونية منتظمة سنة 1936م ببريطانيا، وأن هذه المحطة هي الأولى من

---

[18]- فرنسيس بال، جيرار ايميري، **وسائط الاعلام الجديدة**، ترجمة: فريد انطونيوس، (ط01، بيروت، لبنان، عويدات للنشر والطباعة، 2001)، ص: 20.

[19]- حمدي حسن، مرجع سابق، ص: 45.

[20]- فيصل أبوعيشة، المرجع السابق، ص:22.

نوعها في العالم وقد سبقت في هذا المضمار الولايات المتحدة التي لم تبدأ البث للجمهور الا عام 1939م، ولم تقم اللجنة الفيدرالية للاتصال FCC بالتصديق للخدمات المنتظمة وتخصيص الترددات لها الا في عام 1941م[21]، لتتوقف هذه التجارب خلال الحرب العالمية الثانية وتستأنف بعد ذلك. وانتشر التلفزيون خلال الخمسينيات انتشارا كبيرا في كافة دول العالم، وأصبح تلقي المعلومات يتم بالصوت والصورة. وكان لظهور الأقمار الصناعية خلال النصف الثاني من القرن العشرين واستغلالها في البث الإذاعي والتلفزيوني، اثر كبير على عمل هذه الوسائل، حيث زادت من إمكانات البث والتغطية، وسمحت بالوصول إلى جميع أنحاء العالم الذي أصبح عبارة عن قرية صغيرة مفتوحة الفضاءات.

ظهور الوسائل والإمكانات التقنية وتطورها، جعل من وسائل الاتصال الجماهيري المصدر الأساسي لتلقي المعلومات والأخبار، وتحولت المجتمعات البشرية إلى مجتمعات جماهيرية، تعتمد أساسا على وسائل الإعلام في نقل المعلومات وإيصالها، ومعالجة قضاياها، ونشر التعليم، ونقل الثقافة، والتنشئة الاجتماعية، والترويج للسلع والخدمات. وكثرة الإقبال على هذه الوسائل، وكثرة الاستغراق في استهلاكها كان له أثره على الأفراد وعلى علاقاتهم داخل المجتمع، ما أثار اهتمام العلماء والباحثين الذين اقبلوا على دراسة القضايا المتعلقة بهذه الوسائل، وكيفية تعامل الأفراد معها، وتأثيراتها على البنية الاتصالية والثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات، مؤسسين بذلك لعلوم الإعلام والاتصال.

[21]- علي محمد شمو، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، (ط01، مصر، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002)، ص: 87.

5. المرحلة الخامسة: مرحلة الاتصال التفاعلي

شهد النصف الثاني من القرن العشرين انفجارا تكنولوجيا هائلا غير حياة الإنسان ونقله إلى مرحلة جديدة من الاتصال، اندمجت فيها كافة الأشكال التي عرفها سابقا. وقد بدأت هذه المرحلة من منتصف الثمانينات ومازالت مستمرة حتى الآن، وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية، ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو المميزة لهذه المرحلة، التكنولوجيا الرقمية، أو التكنولوجيا التفاعلية أو التكنولوجيا متعددة الوسائط[22]، كما ظهر ما يسمى بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، التي أدخلت الإنسان عصرا تفاعليا بلا قيود وليس له حدود في التواصل بين الناس، ولا يقيم أي اعتبارات للعوائق الجغرافية أو السياسية أو الثقافية أو الزمانية، فظهرت الحاسبات الإلكترونية، والاتصالات الفضائية، والاتصال بقواعد البيانات، والاتصال باستخدام الألياف الضوئية، والاتصالات الرقمية، وخدمات الهاتف المحمول والانترنت، وبات بإمكان أي فرد أن يوجه رسائله في أي زمان والى أي مكان، وأصبح بإمكانه التواصل مع غيره بشكل مباشر، بالصوت والصورة. كما أن الخدمات الاتصالية تجمعت في جهاز واحد، يمكننا من مشاهدة التلفزيون، والاستماع للإذاعة، وإرسال رسائل البريد الالكتروني، والاتصال بالانترنت، كله بوسيلة واحدة كالهاتف المحمول مثلا. وعلى العموم فقد اتجهت الوسائل في هذه الفترة لتكون عملية أكثر، من خلال صغر حجمها وخفة وزنها، وفي الوقت نفسه، كبرت إمكاناتها الاتصالية، وقوَّت هذه التكنولوجيات الاتصال الوسيلي(الذي يعتمد على الوسائل كوسيط في إيصال الرسائل)، وجعلت الإنسان يعتمد أكثر فأكثر عليه في تنظيم حياته وانجاز أعماله، والحصول على كافة احتياجاته.

---

[22]- محمود علم الدين، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**، (ط01، القاهرة، مصر، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005)، ص: 148.

II. عناصر ومحددات العملية الاتصالية:

الاتصال عبارة عن عملية أو إطار يتكون من عدة عناصر تتفاعل فيما بينها من أجل تحقيق هدف معين، وتمت الإشارة إلى هذه العناصر من خلال تعريفات العلماء للاتصال، إذ لا يمكن تعريفه دون الإشارة إلى عناصره، سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وقد قام عالم الاتصال **[هارولد لاسويل]** بتعريف عملية الاتصال من خلال صياغة عناصرها في شكل أسئلة تتمثل في : [من؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟] [23] وإجابات هذه الأسئلة تسمح بتحديد عناصر العملية الاتصالية المتمثلة أساسا في خمس عناصر تم الاتفاق عليها وهي: [المرسل، الرسالة، قناة الاتصال أو الوسيلة، المستقبل أو المتلقي، الأثر أو رجع الصدى].

1. المرسل:

هو القائم بالاتصال وهو المشار له بالسؤال من؟ في نموذج **لاسويل** الاتصالي، والمرسل شخص أو مجموعة أشخاص أو هيئة تبدأ الحوار بصياغة الأفكار في رموز تعبر عن المعنى الذي يراد إيصاله بما يحقق الهدف المنشود. وتحقيق هدف الاتصال يتطلب من المرسل أن يحدد فكرته بشكل جيد، ويحسن اختيار الرموز لصياغة الرسالة بما يسمح بوصولها إلى الطرف الأخر المتصل معه بشكل واضح ومفهوم.

والمرسل قد يكون مصدرا أو لا، فإذا كانت الأفكار التي يسعى إلى إرسالها عبارة عن معلومات استقاها انطلاقا من جهات معينة في هذه الحالة لا يعتبر المرسل هو المصدر، لكن إذا كانت الأفكار ناتجة عن ملاحظات شخصية قام بها القائم بالاتصال وشكلت مجهود شخصي تجربة ذاتية في تحليل الوقائع والأحداث في هذه الحالة يعتبر المرسل مصدرا. واتفقت أغلب المراجع على أن نجاح القائم بالاتصال في مهمته تتطلب تحليه بجملة من الخصائص المتمثلة أساسا في:

***المهارات الاتصالية:** لابد أن يتمتع المرسل بمهارات اتصالية عالية، من خلال مهاراته في عملية الترميز بأبعادها المختلفة، وذلك عن طريق استخدام عنصريها اللفظي وغير اللفظي،الامر الذي ينعكس على مدى قدرته في صياغة الرسالة المعبرة عن هدفه بوضوح، والمراعية في ذات الوقت لطبيعة المستقبل

[23]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، (ط03، القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص:28.

من الناحية الفكرية والاجتماعية والنفسية[24]، كما ينبغي عليه أن يحسن مهارة الخطابة والمناقشة ورصد ردود أفعال المستقبل، وحسن الاستماع والاهم أن يحسن التفكير ووزن الأمور مما يساعده على تحديد أهدافه بدقة.

*__مستويات المعرفة:__ على المرسل أن يكون ملما بموضوع رسالته، فلا يمكن لنا بأي حال أن نقنع غيرنا بما لا نعرف أو لا نفهم، فعدم توفر المعلومات الكافية للمرسل قد يعيقه في إيصال رسالته إلى المستقبل. والمعرفة تشمل كذلك معرفة المرسل بخصائص المستقبل واتجاهاته وكذا خصائص وسائل الاتصال وأكثرها فاعلية في إيصال الرسالة والتي تتناسب مع المستقبل.

*__المكانة الاجتماعية للمرسل:__ العامل الآخر الذي لا يكتمل الموقف الاتصالي المثالي إلا به هو الوضع الاجتماعي والثقافي للمصدر والذي يضيف وزنا وثقة فيما يقول[25]، فمكانة الفرد في النظام الاجتماعي وأدواره التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه تؤثر جميعا في نجاح عملية الاتصال، فالمكانة الاجتماعية للمرسل تحدد اتجاهاته وإطاره الثقافي والمعتقدات والقيم المسيطرة عليه وتطلعاته وتوقعاته، أي أنها تؤثر على سلوك الشخص بشكل عام، وهي التي تحدد مدى الموثوقية التي يحظى بها المرسل لدى المتلقي، ومن ثمة درجة الإقناع التي قد يحققها خلال عملية الاتصال، كما أنها تكسبه المصداقية والجاذبية الاجتماعية.

2. الرسالة:

هي مضمون عملية الاتصال، أو المحتوى الذي يريد المرسل إيصاله إلى المتلقي، والرسالة عبارة عن مجموعة معلومات (أفكار، أراء، اتجاهات، صور...) يتم صياغتها في رموز معينة، يراعى أن تكون هذه الرموز مفهومة بالنسبة للمتلقي حتى نضمن فاعلية في الاتصال. وقد تكون رموز الرسالة لغوية(مكتوبة أو منطوقة) أو غير لغوية مثل الحركات والإيماءات أو الصور والرسوم، وهناك عدة وسائل تستخدم في نقل الرسالة ويحاول المرسل دائما أن يحدد هذه الوسائل بما يتناسب مع طبيعة الرسالة وخصائص المتلقي في آن واحد، وينبغي لرسالة الاتصال أن تتوفر على جملة من الشروط –حتى تؤدي وظيفتها– والتي نلخصها في الآتي:

[24]-منال طلعت محمود، **مدخل الى علم الاتصال**، (د.ط، الاسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2002)، ص: 82.
[25]- علي محمد شمو، مرجع سابق، ص: 41.

1. حسن صياغتها وتضمينها عنصر التشويق والإثارة، الذي يخاطب ادراك المستقبل، ويضمن قوة تفاعله معها[26].
2. تراعي خصائص المتلقي الاتصالية والطرق التي قد تؤثر فيه.
3. لابد أن توضع في قالب رمزي يتماشى والمخزون الرمزي لمتلقيها حتى لا يكون هناك سوء فهم يؤدي إلى عدم فاعلية الاتصال.
4. أن تكون مناسبة لوسيلة الاتصال التي تم اختيارها لنقلها.

3. وسيلة الاتصال:

هي الأداة التي تستخدم في نقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي. وتختلف الوسيلة باختلاف الموقف الاتصالي ومتطلباته، فهناك الوسائل المنطوقة (المحاضرات والندوات) والمكتوبة مثل الكتب والتقارير، وبصرية كالصور والرسوم، والتقنية كجهاز الراديو والتلفزيون، واختيارها يخضع لطبيعة الرسالة وخصائص المتلقي وتفضيلاته، وحسن اختيار المرسل لوسيلة الاتصال أو فشله في ذلك يؤثر على فعالية الاتصال، لذا يحرص دائما على اختيار وسائله بدقة. ويتحكم في استخدام هذه الأخيرة العوامل التالية:

1. طبيعة الفكرة المطروحة أو الهدف الذي نسعى إلى تحقيقه من خلال رسالة معينة.
2. خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية وقابليته للتأثير من خلال أسلوب معين يتحقق بشكل فعال عن طريق وسيلة معينة.
3. تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه .
4. أهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع الذي يتناوله الاتصال .
5. مزايا كل وسيلة وما تحققه من تأثير على الجمهور المستهدف[27].

وبإمكان المرسل أن يستخدم أكثر من وسيلة لنقل رسالته. وتعددت الوسائل الاتصالية التي عرفها الإنسان بدءا من البدائية منها المتمثلة في الكلام والصخور واللغة وصولا إلى الوسائل التقنية الحديثة التي باتت تجمع عدة وسائل مع بعضها البعض ومن ذلك وسيلة الهاتف النقال.

[26]- منال طلعت محمود، المرجع السابق، ص: 83.

[27]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (ط02، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص :50.

4. المستقبل أو المتلقي:

هو الذي يستقبل الرسالة ويفسر رموزها ويدرك معانيها وبالتالي فهو الجهة المستهدفة من طرف المرسل، وقد يكون المستقبل شخصا واحدا أو عدة أشخاص مثلما هو الحال بالنسبة للمرسل، وما يميز عملية الاتصال أن المتلقي يتحول بدوره إلى مرسل في الجزء الثاني من العملية.

والمتلقي كالمرسل لابد أن تتوفر فيه جملة من الشروط تسمح بنجاح عملية الاتصال، ومن خلال اطلاعنا على المراجع المختلفة يمكننا ان نوجز هذه الشروط في الآتي:

1. لابد أن يتشارك مع المرسل نفس المنظومة الرمزية، فالرسالة قد تتحول إلى مجرد مجموعة حروف على ورق لا معنى لها، وتصبح الأصوات بلا مغزى، والرسوم بلا معنى مادام عنصر الفهم غائب، لذا فإنه من الضروري أن يكون هناك مجال خبرة أو اطار دلالي مشترك بين طرفي الاتصال، هذا المجال الذي يجعل الأفراد يفسرون الرموز ويعطونها دلالات معينة متأتية من خبراتهم الحياتية، فآلية الاتصال والاستقبال اذا مرهونة بالمرسل والمستقبل، وكلما كانت المرتكزات الاساسية بينهما مشتركة مثل: الخبرات، والظروف الاجتماعية، والنفسية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، والجغرافية، والتاريخية، والوجدانية[28]، كانت العملية الاتصالية أكثر نجاحا والعكس صحيح.
2. لابد أن يتمتع المتلقي بحواس سليمة، إذ هذه الأخيرة هي التي تسمح له بتلقي الرسالة والتعامل معها، ومتى كان هناك خلل في احد وظائف الحواس يمكن أن يعيق عملية الاتصال.
3. لقد أثبتت الدراسات أن ليس مجرد إرسال رسالة لشخص ما يعني ضمان تلقيها من طرفه، وإنما تعرض الفرد للرسائل يكون بطريقة انتقائية بحسب حاجات المتلقي الاتصالية ورغبته في الحصول على المعلومات.
4. كما أن الظروف المحيطة بالشخص تلعب دورا في مدى تقبله للرسالة، حيث إذا كانت هذه الظروف توفر معطيات تجعل من الشخص أكثر تهيئا للاقتناع بالرسالة والتأثر بها فإن ذلك يسير بعملية الاتصال نحو النجاح، أما العكس، إذا كانت البيئة التي يتواجد بها المتلقي لا تتماشى ومحتوى الرسالة ولا تدعمه فإن ذلك سيؤدي إلى فشل العملية الاتصالية.

[28]-محمد نادر عبد الحكيم السيد، **لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال**، (ط01، القاهرة، مصر، دار الفكر العربي، 2006)، ص: 20.

5. رجع الصدى:

صياغة الرسالة من طرف المرسل ووضعها في قالب معين وإرسالها إلى المتلقي يهدف إلى تحقيق تأثير معين والحصول على رد فعل من طرف المتلقي يحدد مدى نجاح الرسالة في تحقيق أهدافها. رد الفعل هذا يطلق عليه اسم رجع الصدى، الذي قد يأخذ نفس الشكل الذي تأخذه الرسالة أو قد يتخذ أشكالا أخرى مختلفة. وعلى العموم قد يكون رجع الصدى إما ايجابيا يتفق وأهداف المرسل مما يشجعه على الاستمرار في ضخ الرسائل وتدعيم الأثر الحاصل، أو قد يكون سلبيا يتعارض مع أهداف المرسل، مما يدفعه إلى محاولة تعديل رسائله بما يحقق الاستجابة الايجابية. كما قد يكون رجع الصدى فوري مثلما هو الحال بالنسبة للاتصال المواجهي أو المباشر، وقد يكون مؤجلا كما هو الحال بالنسبة للاتصال الجماهيري.

يسمح رجع الصدى للمرسل بالتعرف على مدى فهم الرسالة من قبل المتلقي ومدى استيعابها، لكنه لا يعني بالضرورة تحقيق هدف الاتصال، أو يعكس الأثر الناتج عن العملية الاتصالية لكنه يشير بالأساس إلى استمرار العملية بين طرفي الاتصال. أما الأثر فقد لا يحدث بشكل فوري وإنما يكون على المدى البعيد.

ويرى بعض دارسي الاتصال أن رجع الصدى يمثل جزءا من عملية لها نفس عناصر العملية الاتصالية السابقة الذكر، وبالتالي فهي عملية اتصال جديدة، لذا يقصرون عناصر هذه الأخيرة في: [المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل]. غير أن البعض الآخر من خبراء الاتصال –وهم الأغلبية– يرون أن عملية الاتصال بدون رجع صدى تعتبر عملية ناقصة، ويؤكدون على ذلك بأن الاتصال مضمونه مشاركة في الخبرة، فبدون عملية رجع الصدى لا يتسنى للمرسل معرفة هل استقبل المرسل الرسالة أصلا ؟ أم لا؟ وإذا كان تلقاها هل فهم محتواها؟ وهل أحدثت الأثر أو التأثير المطلوب؟ أم لا؟[29]

بالإضافة إلى العناصر السابقة الذكر هناك نماذج اتصالية تضيف عناصر أخرى مثل:

التشويش: وهو أي عائق يحول دون وصول الرسالة إلى المستقبل أو عدم وصولها بالشكل المطلوب، وقد يكون التشويش:

[29]- السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية**، (د.ط، الاسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2003)، ص:50.

أ- ميكانيكي: راجع لطبيعة الوسيلة التقنية، ويعني أي تغيير أو أي تداخل فني يطرأ على ارسال الاشارة في رحلتها من مصدر المعلومات الى الهدف[30].

ب-دلالي: ناتج عن سوء الفهم والاختلاف في استخدام الرموز واختلاف معانيها.

بيئة الاتصال: وتمثل المحيط الذي تحدث خلاله عملية الاتصال، بما تحويه هذه البيئة من ظروف وعوامل قد تساعد في فعالية الاتصال أو تعيق العملية الاتصالية. وتشمل البيئة الاتصالية المكان والزمان والأشخاص، إضافة إلى السياق الاجتماعي والسياسي والثقافي.

[30]-راشد محمد عطية أبو صواوين، **تنمية مهارات التواصل الشفوي**، (ط01، مصر، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2005)، ص: 171.

III. أنماط الاتصال:

انتهج الإنسان في تواصله مع الآخرين عدة طرق وأساليب بما يتماشى وظروفه وأهدافه الاتصالية ، وقد لجأ المختصون في مجال الاتصال إلى اعتماد عدة معايير للتمييز بين أشكال الاتصال وطرقه، الأمر الذي أدى إلى وجود أكثر من تصنيف لأشكال الاتصال وسنحاول في هذا المقام التطرق لبعض منها.

1. أنماط الاتصال حسب اللغة المستخدمة:

تشكل اللغة أهم وسيلة اتصالية عرفها الإنسان، وتعد محور التواصل داخل المجتمعات على اختلاف مراحلها التطورية، واللغة عبارة عن نسق رمزي ذو دلالات ذهنية وثقافية واجتماعية، وعندما نقول اللغة فإننا لا نقصد فقط الرموز المنطوقة منها، وإنما كذلك الرموز غير المنطوقة، فالتعبير بالموسيقى والرسم والحركة يعد لغة إذا ما سمح بنقل المعاني، وبناءا على ذلك يتم تقسيم الاتصال على أساس اللغة المستخدمة إلى نوعين:

أ-الاتصال اللفظي:

هو الاتصال الذي تستخدم فيه الرموز اللفظية،والتي يطلق عليها اللغة، كوسيلة لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وقد تكون هذه اللغة منطوقة (شفوية)، تستقبل عن طريق حواس السمع أو مكتوبة. في حالة اللغة المنطوقة فإن الاتصال اللفظي (أو الشفوي) يجمع بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية، فنبرة الصوت يمكن أن تحمل بذاتها عدة معاني تصل إلى المتلقي، وفي هذا النوع من الاتصال لا يمكن الاكتفاء فقط باللفظ أو اللغة المنطوقة، وإنما عادة ما يصحبه أشكال أخرى من الاتصال خاصة ما تعلق منها بالأشكال غير اللفظية كالحركة. ويقوم الاتصال الشفوي على أساس الصلة المباشرة بين المرسل والمستقبل، فمرسل الرسالة ومستقبلها يتواجدان في مكان واحد، ومن ثمة فجميع حواس الإنسان تشارك في العملية الاتصالية [31]، إلا أن الاتصال الشفوي يبقى محدودا بالمكان والزمان، فما لم يكن الشخصان متواجدان في نفس المكان والزمان لا يمكن أن يتحقق الاتصال الشفوي. أما بالنسبة للغة المكتوبة فتكون في شكل كتب، وتقارير، وصحف، ووثائق ومستندات...الخ.

[31]- رحيمة طيب عيساني، **مدخل إلى الإعلام والاتصال**، (ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2008)، ص: 28.

واعتمد الإنسان على هذا الشكل من الاتصال عندما أصبح قادرا على صياغة رموز تشير إلى معان محددة يتفق عليها أفراد المجتمع، وتكون وسيلتهم في تنظيم علاقاتهم والتعبير عن مشاعرهم، إذ تعد اللغة وسيلة هامة لتبادل المعلومات والمعرفة وتشكيل الخبرات المشتركة ومعاني الرموز التي يتم الاتفاق عليها ضمن كل جماعة أو مجتمع. وتجدر الإشارة إلى أن اللفظ يخضع للتعدد والتنوع، فهناك اللفظ ذو المعنى الضمني، وذو المعنى الصريح، فالأمر يتوقف على قدرة الإنسان على فهم دلالات الرموز ومعانيها كما يقصدها المرسل، ويعتمد هذا من جهة على قدرة المرسل في صياغة رسالته بالشكل الذي يسمح بوصول المعنى الصحيح، وكذا قدرة المستقبل على تحليل معاني هذه الرسالة انطلاقا من رصيده المعرفي وخبرته[32].

وتعتبر اللغة اللفظية ضرورة لكل مجتمع إنساني، فهي التي تصنع الفكر وهي أساس التفكير والتخطيط والبحث، كما سمحت بتسجيل الجزء الأعظم من التراث الإنساني ونقله للأجيال المختلفة، ويعتبر استخدام الألفاظ وسيلة اقتصادية للتعبير عن الأفكار والاتصال وذلك عن طريق الكلام والكتابة، إذ من الممكن أن تحتوي جملة قصيرة على عدد كبير من المعاني، ويتوقف اعتبار اللغة اللفظية اقتصادية أم لا على مدى ما يوجد بها من معرفة ومعلومات وخبرات مشتركة سابقة وموحدة بين المصدر والمستقبل[33].

ب- الاتصال غير اللفظي:

تفطن اللغويون إلى أن عملية التواصل لا تعتمد فقط على اللغة بصفتها الأداة الرئيسية لهذا التواصل، بل تعتمد أيضا على ما يصاحبها من نغمات وحركات جسمية سمَّاها **سوسير** النظام العلاماتي المعبر عن الأفكار[34]. واستخدام هذا النظام في عملية التواصل يدخل في إطار ما يسمى بالاتصال غير اللفظي، ويقول [مجدي احمد محمد] عن الاتصال غير اللفظي بأنه: " عملية تبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر، دون استخدام لغة الألفاظ كأداة اتصال، ومن هنا يتطرق الحديث إلى ما يمكن أن يطلق عليه

[32]- حسين خريف، **المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي**، (د.ط، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2005)، ص:22 (بتصرف).

[33]- محمد سيد فهمي، **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، (د.ط، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006)، ص-ص: 103-104.

[34]- حسين خريف، المرجع السابق، ص:24

الاتصال باستخدام لغة الجسم أو ما يرادف body language...وتعني لغة الجسم استخدام أجزاء من الجسم للتعبير عن حالة هذا الإنسان دون أن يتكلم"[35].

أما [حميد الطائي] و[بشير العلاق] فيريان أن الاتصالات غير اللفظية تنطوي على نقل المعلومات والأخبار والانطباعات، باستخدام الإشارات أو الإيماءات، أو جوانب سلوكية تعبيرية معينة...وتعتمد على الاستخدام المقصود أو غير المقصود لتعابير الوجه والجسد لنقل إشارات وإيماءات توحي برسالة أو معنى معين، وتقدر بعض الدراسات أن نسبة استخدام الإشارات والإيماءات في الاتصال تفوق نسبة 99% في حالات معينة[36].

وتجدر الإشارة إلى أن اللغة غير اللفظية، تشمل الإشارات والحركات التي يستخدمها الإنسان لنقل فكرة أو معنى معين إلى غيره، كما تشمل كذلك المظهر العام واللباس وإيماءات الوجه وكل ما من شانه أن يحمل رسائل للآخرين أو فكرة ما عنا من دون أن نتفوه بكلمة أو صوت، كما تشمل اللغة غير اللفظية كذلك الرقص والبروتوكولات الدبلوماسية.

وانطلاقا من المراجع التي تم الإطلاع عليها يمكن أن نضع التقسيم التالي للغة غير اللفظية:

- **لغة الإشارة:** وتشمل مختلف الإشارات التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره، سواء كانت هذه الإشارة بسيطة أو معقدة، وتنطوي كل ثقافة من الثقافات على نسق معين من الإشارات ذات دلالات ومعاني متفق عليها، لذا يعتبر المعنى الذي تحمله الإشارة شيء نسبي قد يختلف من ثقافة إلى أخرى.
- **لغة الحركة أو الأفعال:** ونقصد بها جميع الحركات والأفعال التي يؤديها الإنسان لنقل رسائله إلى الغير، سواء كانت هذه الحركات مصاحبة للكلام أو لا، ومن أمثلة ذلك تحريك اليدين كثيرا أثناء التحدث قد يحمل رسالة عن توتر الشخص أو عجزه عن تنظيم أفكاره، وفي حالة ما لمحنا شخص مثلا يحمل بيده شبكة صيد ويقوم بحركات معينة سنفهم من ذلك أنه صياد دون الحاجة إلى أن يخبرنا هو بذلك.

---

[35]- مجدي احمد محمد عبد الله، **مقدمة في سيكولوجيا الاتصال والإعلام**، (د.ط، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2009)، ص:40.

[36]- حميد الطائي، بشير العلاق، **أساسيات الاتصال: نماذج ومهارات**، (د.ط، الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009)، ص: 52.

- **لغة الأشياء:** وهو ما يتم استخدامه أثناء عملية الاتصال غير الإشارات والحركات، للتعبير عن معاني معينة مثل ارتداء اللون الأسود تعبيرا عن الحزن أو الأبيض تعبيرا عن السعادة، أو استخدام أدوات معينة فوق المسرح للإحالة إلى فترة زمنية معينة أو حضارة ما.
- **الاتصال عن طريق اللمس:** بحيث يعتبر اللمس وسيلة اتصال هامة وقوية تسمح بالتغبير عن العديد من المشاعر كالحب والدفء والخوف، كما تسمح للإنسان بالتعرف على بيئته وإدراك الأشياء المحيطة به.

ويقسم [**راندال هاريسون– Randall Harrisson**] أنواع الإشارات غير اللفظية إلى أربعة هي:

1. **رموز الأداء:** وتشمل حركات الجسد مثل تعبيرات الوجه، حركات العيون...الخ، وشبه اللغة مثل: الضحك، نوعية الصوت المستخدم.
2. **الشفرات أو الرموز الاصطناعية:** مثل نوع اللباس، أو مستحضرات التجميل، أو الأشياء الفنية، والأثاث، والمعمار، والرموز المعبرة عن مكانة الإنسان.
3. **رموز إعلامية:** نتيجة الاختيارات والترتيب والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيري مثل: نوع الصورة، حجم البنط، أسلوب استخدام المؤثرات الصوتية...الخ.
4. **رموز ظرفية:** وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان، ومن خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم[37].

ما يميز الاتصال غير اللفظي انه لا يمكن الهروب منه أو تحاشيه، فالصمت مثلا في حد ذاته يحمل أكثر من دلالة ومعنى، كما أننا لا نستطيع البقاء دون القيام بحركات ما. وتكمن أهمية الاتصال غير اللفظي في :

- يسمح بالتعبير عن المعلومات الوجدانية والتي يستعصى علينا في كثير من الأحيان أن نعبر عنها بواسطة الكلام، فهو قادر على إيصال مشاعر الحب والبغض، والكراهية، والاهتمام، والرغبة والموافقة...الخ.
- يتضمن تأييدا ودعما للاتصال اللفظي خاصة المواجهي منه، فهو يقدم تفسيرا للرسالة ويوضح ما يخفق النص اللغوي في ايضاحه[38]. كما انه يمثل بديلا عنه في بعض الاحيان وكثيرا ما يكون مكملا له مثل الابتسامة مثلا بعد طلب شيء معين.

---

[37]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص:28.

[38]- محمد منير حجاب، **الاتصال الفعال للعلاقات العامة**، (ط01، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007)، ص:220.

- تتميز الرسائل غير اللفظية بالصدق، وكثيرا ما تستخدم لتأكيد المعلومات، كالتركيز صوتيا على كلمات معينة أثناء الحديث، أو استخدام حركات الجسم الدالة على التأكيد.
- كما انه يسمح في كثير من الأحيان بإيصال الرسائل بشكل أحسن من الاتصال اللفظي.
- وأهم ميزاته أنه يتخطى حاجز اللغة، فلا يشترط أن تكون هناك لغة منطوقة مشتركة بين المرسل والمستقبل[39].
- وأحيانا تأتي رموزه بعكس الكلمات المنطوقة مما يسمح بكشف بعض الحالات مثل الاضطراب الذي يصحب الكذب، أو التهرب من شيء ما.

2. أنماط الاتصال حسب درجة التأثير وحجم المشاركين في العملية الاتصالية:

يقسم الاتصال حسب هذا المعيار إلى الأشكال التالية:

أ- الاتصال الذاتي:

وهو الاتصال الذي يحدث داخل الفرد حينما يحدث نفسه، وهو غالبا ما يتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته، وفيه يكون كل من المرسل والمستقبل في شخص واحد، أي كيان واحد[40]، ويعتبر هذا النوع من الاتصال خطوة يقوم بها الفرد لإدراك البيئة المحيطة به وما تحتويه من أشخاص، وأشياء، وأحداث ومواقف تعترضه في حياته، وهذا النوع من الاتصال هو الذي يسمح للفرد ببناء منظومته الإدراكية انطلاقا من تجاربه وأفكاره، بما يسمح له بالتعامل مع الرسائل التي يتلقاها وإبداء ردود أفعاله اتجاهها. ويشير الاتصال الذاتي إلى عملية اتصالية تبدأ من تلقي المعلومات أو الرموز من خلال الحواس، التي تقوم بدورها بإرسالها في شكل رسائل من خلال الجهاز العصبي –الذي يعتبر وسيلة اتصال– إلى المخ الذي يقوم بتقييم الرموز وإضفاء المعاني الذاتية عليها، فيعطي أوامره إلى الجهاز الحركي أو حواسه مرة أخرى للقيام باستجابة معينة، تتفق مع المعاني التي قام المخ بتفسيرها[41]. وخلال هذه العملية تتدخل عدة عوامل كاللغة والميول والعاطفة في إدراك الفرد وتفسيره للرموز. وقد اهتم العديد من الباحثين بهذا النوع من الاتصال خاصة في مجال علم النفس –حيث يلعب دورا هاما في عمليات التعلم والإدراك والبناء المعرفي– وكذا علم الاجتماع الذي يعتبره منطلقا لتفسير العلاقة بين

[39]- المرجع نفسه، ص: 220.
[40]- محمد محمد عمر الطنوبي، **نظريات الاتصال**، (ط01، الاسكندرية، مصر، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2001)، ص: 21.
[41]- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص:35.

سلوك الفرد والبيئة المحيطة به. ويعتبر فهم هذه العملية التي تحدث بين الفرد وذاته أساس فهم عملية الاتصال، ذلك أن رد الفعل تجاه أي رسالة يستقبلها الفرد في أي شكل من أشكال الاتصال الأخرى، يتوقف على ناتج هذه العملية التي تحدث ذاتيا في جميع المواقف، وتتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التي يتعرض لها في عملياته الانفعالية [42].

ب-الاتصال المواجهي:

وهو النوع الذي يتم بين الأفراد مواجهة (وجها لوجه) سواء كان ذلك بين فردين، أو فرد ومجموعة أفراد. وينقسم هذا النوع من الاتصال إلى الأنواع التالية:

ب-1. الاتصال الشخصي:

وهو احد أشكال الاتصال المباشر بين فرد وآخر، وهو العملية التي يتم خلالها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص مباشرة وجها لوجه، وفي اتجاهين، دون عوامل وسيطة، حيث عرفه [ميرتون] بأنه: " اتصال يتضمن مواجهة مباشرة بين القائم بالاتصال والمستقبل، تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل واتجاهاته"[43]. ونحن نقوم بهذا النوع من الاتصال خلال حياتنا اليومية بشكل كبير سواء داخل الأسرة أو مع الزملاء والأصدقاء أو أفراد المجتمع بصفة عامة، ونتيجة له تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد. ويمكّننا هذا النوع من التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة، وبالتالي يسمح للقائم بالاتصال بتعديل رسالته وتوجيهها حتى تصبح أكثر فاعلية وإقناعا، كما يسمح بتبادل الأدوار بين طرفي الاتصال ومن ثمة المزيد من التفاعل.

ب-2. الاتصال بالجماعات الصغيرة:

ويتم بين فرد وآخرين أو مجموعة من الأفراد مثل الفصل الدراسي، حلقات النقاش، الاجتماعات، الندوات المحدودة...وما شابه ذلك حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي. ويغلب على هذا الشكل من الاتصال الطابع الرسمي والتنظيمي أكثر من الاتصال الشخصي.

[42]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص :30.
[43]-رحيمة عيساني، مرجع سابق، ص :35.

ب-3. الاتصال الجمعي:

يعكس هذا النوع كبر حجم المشاركين في العملية الاتصالية، مقارنة بالاتصال بالجماعات الصغيرة، حيث يحدث بين مجموعة من الأفراد يتفاعلون مع بعضهم رغم الكثرة، ويسود التأثير الانفعالي أو العاطفي، وذلك مثل لقاءات المرشحين مع مواطني الدوائر الانتخابية، أو المحاضرات والأمسيات الثقافية، ويظهر انتقال الأثر بطريقة العدوى بين الأفراد، وهو ما يميز السلوك الجمعي. ويتميز التفاعل بين أعضاء هذا النوع من الاتصال بأنه مرتفع، كما يتميز بوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة، ويضم أعضاء الجماعة تنظيم داخلي وإن كان غير رسمي، وعادة ما يتم هذا النوع من الاتصال في أماكن التجمعات أو تلك التي تقام خصيصا لهذه الأغراض[44].

ويتميز الاتصال المواجهي على العموم بالخصائص التالية:

1. التلقائية وانخفاض التكلفة بالقياس إلى الوسائل المستخدمة.
2. يسمح بالتفاعل الكامل بين المرسل والمستقبل، وينطوي على تبادل الأدوار بينهما مما يحقق الاتصال الدائري أو في اتجاهين.
3. يتوفر على كل عناصر العملية الاتصالية وخاصة رجع الصدى، وبالتالي إمكانية التعرف على الاستجابات بشكل فوري، ومحاولات تعديل الرسائل لتفادي وضعيات عدم الفهم أو الفهم الخاطئ.
4. يتميز بمرونة الموقف الاتصالي، حيث يتيح للمرسل إدخال تعديلات مستمرة على الرسالة، بما يتفق والاستجابات الفورية التي تحدث نتيجة التفاعل الاتصالي، وبما يؤدي أهداف العملية الاتصالية.
5. تأثير الاتصال الشخصي الذي يحدثه المرسل في المستقبل يتميز بالعمق، لأنه يكون غالبا ناتج عن الإقناع والاقتناع، هذا العمق في التأثير يؤدي إلى استخدامه فترة أطول، ويعلل الباحثون من أمثال **[لازارسفيلد، بيرلسون، جوديت وميرفون، وكاتز]** سر تقدم الاتصال الشخصي في التأثير، بأنه إذا كان من السهل أن ينصرف الناس عن المواد الإعلامية في الاتصال الجماهيري، وخاصة التي لا تتفق مع آرائهم وميولهم، فإنه ليس من السهل أن يتجنبوا الحديث مع زميل أو قريب لهم. ويتيح النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر والتأثير في الناس[45].

---

[44]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص:31.
[45]-محمد سيد فهمي، مرجع سابق، ص :111.

ج-الاتصال الجماهيري:

ويقصد به العملية الاتصالية التي يتم بموجبها نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات إلى جمهور عريض ومتباين وغير معروف بالنسبة للقائم بالاتصال، وذلك باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري، بحيث تسمح هذه الأخيرة بوصول الرسائل إلى هذا الجمهور في نفس اللحظة وبسرعة فائقة. وما يميز هذا النوع من الاتصال، أن القائم بالاتصال يتعدى كونه فردا واحدا، ليتحول إلى مؤسسات ومنظمات تضم عددا من الأفراد.

ويعرف الاتصال الجماهيري بأنه: "تلك العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال ببث رسائل مستمرة ومتعددة، من خلال الوسائل الآلية والالكترونية، إلى عدد كبير ومنتشر من المتلقين، في محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة"[46] .

وعرفه [عصام سليمان موسى] بأنه: " اتصال منظم ومدروس يقوم على إرسال رسالة علنية صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري، وترسل الرسالة الإعلامية عبر وسيلة آلية تتميز بقدرتها على صنع نسخ كثيرة من الرسالة الأصلية، لتوزيعها على جمهور عريض ومتفرق وغير متجانس"[47].

أما [فواز منصور الحكيم] فيرى أن الاتصال الجماهيري هو:" تلك العملية التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيري، ويتميز بقدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض ومتباين الاتجاهات، والمستويات، حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة، وبسرعة فائقة من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تتمثل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية والكترونية متطورة"[48].

في حين أن [Alex Mucchielli] يقول عن هذا النوع من الاتصال بأنه:" عملية اجتماعية موجهة إلى جمهور عريض، غير متجانس وغير معروف. هذا الجمهور متباعد، لا توجد علاقات بين أفراده، غير منظم وله اهتمامات متنوعة ومختلفة. والجماهيرية المنشأة من طرف وسائل الاتصال الجماهيري هي عبارة عن جمع افتراضي لمجموعة من الأفراد الذين يختلفون من حيث الأصول الاجتماعية، والجنس،

---

[46]- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص:39.
[47]- عصام سليمان الموسى، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، (ط6، عمان، إثراء للنشر والتوزيع، 2008)، ص-ص:127-128.
[48]- فواز منصور الحكيم، **سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري**، (ط1، الأردن، دار أسامة، 2011)، ص: 154.

والنوع، والسن، ومستوى الحياة، والوظائف، وأماكن الإقامة، والثقافة... وأن معلومات هذا النوع من الاتصال تتأتى أهميتها من جدتها، واستهلاكها يكون خلال فترة زمنية قصيرة [49].

والاتصال الجماهيري هو أحد أقوى الطرق التي تؤدي إلى خلق الرأي العام، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك لم تكن موجودة أصلا، والمقدرة على نقل الأفكار والمعارف وتحقيق التسلية والترفيه. إلا أنه يعتبر اتصال في اتجاه واحد، لا يمكن للمرسل فيه أن يحس برجع الصدى الذي يعتبر في هذه الحالة عملية مؤجلة، تتعرف عليها مؤسسات الاتصال الجماهيري بطرق متعددة، إذ يتم عادة استقباله من خلال طرف ثالث متمثل أساسا في مؤسسات البحوث والتقدير، وإن كان جزء منه يصل من خلال الاتصالات الهاتفية أو بريد الجمهور.

وللاتصال الجماهيري جملة من الخصائص التي تميزه كنوع اتصالي والتي تتمثل في :

1. يعتمد في إيصال الرسائل إلى المتلقين على وسائط، سواء كانت ميكانيكية أو الكترونية مثل: الصحف، الراديو، التلفزيون، السينما...الخ، وهو ما يمنحه القدرة على التوصيل السريع والسهل للرسائل، كما أن تنوع هذه الوسائل يسمح له بالتكيف مع حاجات الأفراد وخصائصهم. ووسائل الاتصال الجماهيري في الواقع إنما هي آلات مساعدة تزيد من قدرة المرسل على الاتصال بالآخرين عبر مسافات شاسعة، وإقامة علاقات اتصالية معهم وبينهم. ومن زاوية أخرى فان وسائل الاتصال هي قنوات اتصال آلية، توصل المنبهات (المعلومات) عبر قنوات الاتصال الإنساني (الحواس)، إلى الإطار المرجعي. فهي إذن آلات أدخلت على العملية الاتصالية الأساسية، التي يمكن أن تحدث بين شخصين حين يلتقيان ويتبادلان الحديث[50].
2. يسمح بمخاطبة أعداد كبيرة من الأشخاص، ويقدم لهم معاني مشتركة في نفس الوقت، رغم الانتشار والتشتت. فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفا عن الأنواع الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرفان بعضهما البعض معرفة حقيقية.
3. تتسم رسائله بالعمومية، حتى تحقق القبول والفهم لدى الجماهير المتعددة، كما انه يسمح بتزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والمعارف وتطورات الأحداث، خاصة في ظل ما يتميز به المجتمع المعاصر من تغيير ونمو سريعين.

[49] - Alex Mucchielli, **les scieces de l'information et de la communication**, (Paris, Hachette Superieur, 2006), p : 39-40.

[50]- عصام سليمان الموسى، مرجع سابق، ص: 31.

4. مصادر الاتصال الجماهيري تتعدى كونها مجرد شخص إلى مؤسسات تنظيمية، فهو عبارة عن إنتاج جماعي يشترك في صناعته أكثر من شخص، كل حسب تخصصه، وتعتبر الصور الأخيرة للمواد الإعلامية المنشورة أو المذاعة، هي محصاة جهود فريق عمل متكامل، يعمل في إطار السياسة الكلية للمؤسسات الإعلامية[51].
5. يتم التحكم في الاتصال الجماهيري من خلال العديد من حارسي البوابة الإعلامية، ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال المواجهي، إلا أنه في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام[52].
6. تأثير الرسائل الاتصالية في هذا النوع من الاتصال، تتوقف على المتلقي الذي يقرر بنفسه ما يرغب في التعرض له من رسائل أو رفضه لبعض منها. كما ان جماهير المستقبلين يختارون من بين الوسائل، فهم يقررون ما اذا كانوا سوف يشاهدون التلفزيون او يقرؤون الصحيفة[53]مثلا، أي أن تعرض الأفراد لمحتوى ووسائل الاتصال الجماهيري يكون بطريقة انتقائية، بحسب الحاجات التي يسعى الجمهور إلى إشباعها.
7. ما يميز الاتصال الجماهيري عن المواجهي، هو غياب رجع الصدى الفوري، فالقائم بالاتصال لا يستطيع أن يعرف عادة إن كانت الرسالة قد وصلت إلى المتلقي أو لا، وإن كان قد تلقاها بالشكل الصحيح أم أن هناك سوء فهم لمضمونها، وبالتالي عدم القدرة على إدراك جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمستقبل. كما ان مجموعة الاشخاص أو الجماهير التي تشاهد التلفزيون وتستمع الى الراديو نادرا ما ترد على هذه الأجهزة، أو تكتب إليها، وقد يكون رجع الصدى في هذه الحالة في بعض الاحيان هو غلق جهاز الراديو أو التلفزيون أو التوقف عن شراء الصحيفة، وهذه الاسباب تدفع المؤسسات الاعلامية الى اجراء الابحاث لمعرفة طبيعة التأثير المرتد "رجع الصدى" وكيفية التأثير الفعال في جمهورها[54].

---

[51] - محمد عبد الحميد، مرجع سابق ، ص :41.

[52]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص:35.

[53]- طه عبد العاطي نجم، **الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث**، (د.ط، الاسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005)، ص: 20.

[54]- فلاح كاظم المحنة، **علم الاتصال بالجماهير (الأفكار، النظريات، الانماط)**، (ط01، عمان، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2001)، ص: 398.

8. وتجدر الإشارة إلى أن تنوع الجماهير وتفتتها، أدى إلى سيادة التخصص في تقديم محتوى الإعلام، بحيث أصبحت المواد الإعلامية تبنى حسب فئات معينة للجمهور، هذه الفئات تتحدد فيها خصائص المتلقين، سواء تبعا للسن أو النوع أو الاختصاص، مما دفع بعض المختصين إلى اعتبار أن " العملية الإعلامية لم تعد اتصالا جماهيريا، ولكنها تقترب من مفهوم الاتصال الجمعي من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية، ذلك أن مصطلح الجمهور أصبح يرد إلى تمييز الوسيلة وليس المحتوى في إطار الاتجاه إلى التخصص[55].والنقطة التي لابد من الإشارة إليها أن الاتصال الجماهيري لا يعني الإعلام كمعنى مرادف، كما هو شائع، وإنما يمثل الإعلام احد الوظائف التي يؤديها الاتصال الجماهيري، إلى جانب وظائف أخرى تتمثل في: التنشئة الاجتماعية، الحفز أو التحفيز، المناقشة والحوار، التعليم، التثقيف، الترفيه، التقارب الاجتماعي...الخ.
9. إضافة إلى الخصائص السابقة فإن نجاح الاتصال الجماهيري وتطوره يتطلب وجود قاعدة اقتصادية متينة، قادرة على توفير التمويل اللازم للحصول على تكنولوجيا الاتصال ونظمها. كما يتطلب وجود قاعدة علمية وثقافية لدى المجتمع، تسمح بإنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها، إضافة إلى توفر مناخ ملائم من حرية الرأي والتعبير. فوسائل الاتصال الجماهيري لا تؤثر في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي فحسب، وإنما تتأثر أيضا بذلك النظام، ولذلك يجب أن نفهم المجتمع لكي نفهم وسائل الاعلام التي تعمل فيه، ولكي نفهم المجتمع ينبغي دراسة تركيبته وأفكاره ومعتقداته[56].

د-الاتصال الوسيلي أو الوسطي:

يسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري. ويشمل الاتصال الوسطي على الاتصال السلكي من نقطة إلى أخرى مثل : الهاتف، التلكس، الراديو، والأفلام التلفزيونية من خلال الدوائر المغلقة.

ويشبه الاتصال الوسطي، الاتصال المواجهي من حيث قلة عدد المشاركين في الاتصال، وكذلك يكون الطرف الآخر معروف بالنسبة للقائم بالاتصال، كما أن الرسالة تكون ذات طابع خاص ولا تتصف بالعمومية، والمشاركون فيه عادة ذو ثقافة مشتركة ومرتبطون باتصال شخصي.

---

[55]-محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص :42.
[56]- طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق، ص: 20.

كما يمتلك الاتصال الوسطي بعض خصائص الاتصال الجماهيري، إذ يمكن أن يكون جمهوره غير متجانس، كما قد يكون المشاركون فيه بعيدين مكانيا، حيث يستقبلون نفس الرسالة في أماكن متعددة، وكذلك فإن الرسالة تنقل بسرعة وتصل الأفراد في آن واحد والمثال على ذلك إرسال رسالة قصيرة واحدة إلى عدة أشخاص في نفس الوقت من خلال الهاتف النقال ففي هذه الحالة يكون المتلقين معروفين للمرسل لكنهم غير متواجدين في نفس المكان والرسالة ستصلهم بسرعة وفي نفس الوقت. كما أن المتصل أو القائم بالاتصال قد يكون شخصا عاديا، أو عضوا في مؤسسة، إلا أنه يستخدم قنوات اتصال باهظة التكاليف (كما هو الحال في الاتصال بشبكات المعلومات وعقد المؤتمرات عن بعد) ويشبه الاتصال الوسطي الاتصال الجماهيري، من حيث استخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية في نقل الرسالة[57].

هـ - الاتصال الثقافي:

يتجاوز الاتصال الثقافي حدود الاتصال الجمعي والجماهيري. ذلك آن عملية الاتصال الثقافي تنتقل إلى خارج حدود الدول والشعوب وثقافاتها إلى دول وثقافات أخرى، إما بغرض التبادل أو التفاعل بين الثقافات، أو التأثير في الثقافات الأخرى، والذي ارتبط بمفاهيم مستحدثة في أدبيات الإعلام المعاصر مثل الغزو الثقافي، الهيمنة الثقافية أو التبعية الثقافية، وغيرها من المفاهيم العديدة التي فرضت نفسها في الخطاب السياسي والاجتماعي للدول، وتوضح حدود تأثير عملية الاتصال الثقافي.

لذلك أصبح مفهوم الاتصال الثقافي لا يعكس فقط العمليات الاتصالية التي تتم داخل البيئة الثقافية أو المجتمع الواحد، عندما تكون الاختلافات الثقافية بين فئاته حادة، بحيث تقوم في النهاية بالمحافظة على التماسك الاجتماعي بين أفراده مهما اختلفت العادات أو التقاليد أو اللهجات، بل أصبح يعكس أيضا كل العمليات التي من شأنها تيسير التفاعل مع الشعوب الأخرى، لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية معينة. وتلعب الوسائل المتطورة للاتصال بالجماهير مثل الأقمار الصناعية دورا كبيرا في هذا المجال، بالإضافة إلى الأدوار التي تلعبها الوسائل الأخرى مثل الشركات متعددة الجنسية، أو شبكات المعلومات الدولية وغيرها من الوسائل التي تساعد على الاتصال الثقافي المتبادل بين ثقافة وأخرى . بجانب الدور الذي تلعبه السياحة الخارجية للأفراد والمنظمات.

[57]-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص:31 (بتصرف).

والاتصال الثقافي هو عبارة عن تبادل للخبرات الحياتية مع الثقافات الأخرى، مما يتطلب فهما كاملا وشاملا للأنماط الاتصالية في دولة ما، من اجل تحقيق الألفة مع اللغة والعناصر الثقافية الأخرى حتى يمكن أن يحدث التكيف مع الآخرين في هذه الدول الأخرى.

وبالإضافة إلى ما سبق فإن الاتصال الثقافي يتم من خلال عمليات مع مواطني الدولة أنفسهم، الذين تفاعلوا مع ثقافات أخرى في فترة من حياتهم مثل المهاجرين الوافدين من أنماط ثقافية أخرى أو المواطنين الذين ولدوا في الخارج، أو تأثيرات التعليم الموازي الذي تتبناه جاليات وإرساليات أجنبية في الدولة... وغيرها من الأشكال والأنماط التي أصبحت تصنف الاتصال الثقافي في إطار الضرورات التي تفرضها خصائص العصر[58].

3. أنماط الاتصال حسب طبيعة المصدر:

ينقسم الاتصال تبعا لطبيعة المصدر إلى نوعين: اتصال رسمي، واتصال غير رسمي.

أ- الاتصال الرسمي:

يرتبط بالبناء التنظيمي الرسمي للمؤسسة، وهو من أهم عمليات الإدارة بصورة عامة والعلاقات العامة بصورة خاصة، ويتضمن هذا النوع من الاتصال نقل البيانات الخاصة بالوضع الجاري في المؤسسة والمشكلات، وكذا المعلومات الخاصة بالأهداف والسياسات والآراء والمقترحات والخبرات والتجارب.

يعرفه معجم مصطلحات الإعلام بأنه: " الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة، بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها، ويعتمد على الخطابات أو المذكرات أو التقارير، حيث يوجد في كل منظمة ما يعرف بشبكة الاتصالات الرسمية بأنواعها المختلفة، والتي يتم تحديدها عند وضع الهيكل التنظيمي، لتوضيح كيفية الربط بين الوحدات الإدارية المختلفة، التي يتضمنها الهيكل. وهكذا يتم الاتصال الرسمي -غالبا- في إطار التنظيم، ويسير وفق أساليب وإجراءات وقواعد رسمية محددة ومعروفة، كما انه غالبا ما يكون موثقا بصور مكتوبة ورسمية"[59].

---

[58]- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص-ص:43-44.
[59]- احمد زكي بدوي، **معجم المصطلحات الإعلامية**، (د.ط، القاهرة، دار الكتاب المصري اللبناني، 1985)، ص: 44.

أما [محمد أبو سمرة] فيعرفه بأنه:" الاتصال الذي يتم عبر قنوات الاتصال الرسمي للمنشأة مثل إصدار التعليمات، والأوامر، والقرارات، والتوجيهات من الإدارة العليا إلى المستويات الإدارية الوسطى والدنيا أو مثل الشكاوي والاقتراحات وطلب الإجازات وطلب الترقيات، التي تتم من المستويات الدنيا إلى الأعلى"[60]

وبناءا على هذا فإن الاتصال الرسمي يتخذ عدة اتجاهات، فهو إما هابط أو صاعد أو أفقي.

أ-1. **الاتصال الهابط:** وهو الذي يتم من قمة التنظيم إلى أدنى المستويات الإدارية، أي من الرئيس أو المسئول إلى المرؤوسين،وقد حدد [كارتز وكوهن] خمسة أهداف للاتصال الهابط:

1. إعطاء التوجيهات فيما يتعلق بطريقة أداء الأعمال.
2. تزويد المعلومات عن الإجراءات التنظيمية والإجرائية.
3. إعطاء المعلومات عن أهمية الأعمال المختلفة وأسباب أدائها.
4. إخبار المرؤوسين بنتائج أدائهم.
5. تزويد المعلومات عن إيديولوجية العمل، ومدى مساهمته في تحقيق أهداف التنظيم.[61]

أ.2-**الاتصال الصاعد:** ويكون من المرؤوسين إلى رؤسائهم ويتضمن محتواه مشاكل العمال، آرائهم فيما يخص ممارسات المؤسسة وسياساتها، ويستخدم في ذلك التقارير والسجلات والشكاوى والمقابلات والاستفتاء. ومن بين الأساليب التي تسهم في تحسين الاتصال الصاعد: سياسة الباب المفتوح، وإشراك الإدارة العليا في الأندية والجمعيات المهنية، التي تسهم في كسر الحواجز بينهم وبين المرؤوسين، وصندوق الاقتراحات، وإتاحة الفرصة للمرؤوسين للتعبير عن مواقفهم، وآرائهم، وإشعارهم بأهميتهم في المؤسسة، وإظهار الاهتمام والاستعداد لتسلم المقترحات والتعامل مع المشكلات القادمة من المرؤوسين[62].

أ-3. **الاتصال الأفقي:** وهو الاتصال الذي يتم بين أعضاء المؤسسة الذين يحتلون نفس المراتب في التنظيم، كاتصال رؤساء الأقسام فيما بينهم.

[60]- محمد أبو سمرة، **الاتصال الإداري والإعلامي**، (ط1، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011)، ص:54.
[61]- مجدي احمد محمد عبد الله،المرجع السابق، ص: 34.
[62]- رحيمة الطيب عيساني، المرجع السابق، ص:32.

ونظام الاتصال الرسمي يخضع لعدة قيود من شأنها أن تضعف فعاليته في المجالات الإدارية، فضلا عن أن خطوطه كثيرا ما تكون جامدة وبطيئة وعديمة المرونة وغير معبرة تعبيرا كافيا عن الحاجات الحقيقة في التنظيم[63]. لذا يرى الخبراء أن المؤسسة بحاجة إلى نوع اتصالي آخر يدعم الاتصال الرسمي وهو الاتصال غير الرسمي.

ب-الاتصال غير الرسمي:

ويتم خارج المسارات الاتصالية الرسمية وهو إما مكمل للاتصال الرسمي أو معيق له[64]. ويعني هذا أن الوصول إلى المعلومات يتم من خارج طرق الاتصال الرسمية، ويعتبر مكملا لمسيرة الاتصال الرسمي وعاملا يزيد من سرعة انتقال المعلومات، كما يعمل على تمهيد الطريق إلى تذليل الصعوبات والعراقيل التي تقف في طريق الأداء والتطوير، ويسمح بتنمية الشعور بالانتماء لدى العاملين عن طريق تفهمهم لدقائق العمل.

ويسمح الاتصال غير الرسمي بالرغم من ما يسببه من مشاكل للإدارة، في صورة نقل معلومات غير دقيقة، والإشاعات، والأخبار الكاذبة، إلا أنه يساعد في إزالة عوامل الانفعال والتوتر والقلق والكبت النفسي، لذا باتت جل المؤسسات تعطي أهمية بالغة لهذا النوع من الاتصال، وتحرص على دراسة وتحليل وسائله بغية الانتفاع بها.

بالإضافة إلى الأنواع السابقة توجد تصنيفات أخرى لأنماط الاتصال تعتمد على معايير مختلفة، إذ هناك من يميز بين الاتصال بحسب **الاتجاه** إلى:

أ-الاتصال في اتجاه واحد: ويكون مسار العملية الاتصالية فيه من مركز إرسال إلى مركز استقبال،ن وتغيب عنه التغذية الراجعة، ومن ثمة فإنه لا يسمح بمعرفة مدى استيعاب المتلقي للرسالة، كما انه لا يسمح بحدوث تفاعل بين طرفي الاتصال.

ب-الاتصال في اتجاهين: وهو الذي يتم في شكل دائري، ويتيح الفرصة لطرفي الاتصال بالمناقشة والتعبير وتبادل الأفكار، وبالتالي يسمح بمعرفة مدى جدوى وتأثير الرسالة.

---

[63]- المرجع السابق، ص :178.
[64]- فضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، (د.ط، قسنطينة، cirta copy، 2006)، ص:21.

وهناك تصنيف آخر للاتصال من حيث **أساليب الاتصال**[65] ويصنف إلى:

أ–اتصال مباشر: ويعتمد على مواجهة الناس مباشرة، سواء كانوا أفرادا أو جماعات، وذلك من خلال الزيارات، المقابلات، الاجتماعات، المؤتمرات...الخ.

ب–اتصال غير مباشر: وهو الذي يتم عن طريق استخدام وسائط اتصالية، تتمثل في مختلف الوسائل والأجهزة التي يستخدمها القائم بالاتصال في تبليغ رسائله إلى المتلقي.

[65]- محمد سيد فهمي، **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، (د.ط، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006)، ص:106 .

IV. الاتصال في عصر التكنولوجيا:

التطور التكنولوجي الذي يشهد العصر، قفز على الأنواع الاتصالية السابقة الذكر، متيحا نوعا جديدا من الاتصال تجاوز محددات المكان والزمان المرتبطة بالاتصال في بعض أشكاله، كالاتصال المواجهي الذي يرتبط بوحدة المكان،ن والجماهيري الملتزم بوحدة الزمان في البث والتعرض، بل أكثر من ذلك أنه جمع بين مختلف الأشكال الاتصالية وجعلها ممكنة من خلال وسيلة واحدة، إنه ما يعرف بالاتصال التفاعلي أو الاتصال الرقمي، الذي كان نتاجا لتطور التقنية الرقمية ونظم الحاسبات الالكترونية والأقمار الصناعية ممثلا في الاتصال عن طريق الانترنت والتلفزيون التفاعلي والهاتف النقال ...الخ.

ويعرف الاتصال الرقمي بأنه:" العملية الاجتماعية، التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهداف معينة"[66].

والاتصال الرقمي عبارة عن اتصال يملك نفس عناصر العملية الاتصالية إلا أنه يملك عناصر أخرى جديدة تتمثل أساسا في النظم الرقمية التي يتعين توفرها والتي تقوم بدور الإرسال والاستقبال، وتعمل على تطوير العملية الاتصالية وجعلها أكثر فاعلية، بما يحقق في الأخير أهداف الاتصال. ومن خلال النظم الرقمية نتحول في حديثنا عن قنوات الاتصال من الحديث عن قناة واحدة إلى الحديث عن عدة قنوات أو وسائل يتم تشغيلها أثناء عملية التواصل، ففي حالة الاتصال من خلال شبكة الانترنت مثلا فإن الأمر يتطلب أن يتوفر لدى كل طرف جهاز كمبيوتر بكل معداته –والتي تعتبر كل منها وسيلة اتصال بحد ذاتها تقوم بإرسال واستقبال المعلومات– إضافة إلى جهاز مودم يسمح بترميز المعلومات أثناء الإرسال والاستقبال.

ويرتبط الاتصال الرقمي ارتباطا وثيقا بالوسائل التكنولوجية التي عكست خصائصها وميزاتها على هذا الشكل الاتصالي والمتمثلة أساسا في:

أ- **التفاعلية:** نقصد بالتفاعلية اشتراك كل طرف من طرفي العملية الاتصالية – والمقصود بذلك المرسل والمتلقي– في بنائها، بحيث يكون هناك تبادل للأدوار بما يحقق اتصالا دائريا، منهيا الاتصال الخطي الذي يسير في اتجاه واحد والذي يميز الاتصال الجماهيري وكذا الثقافي اعتمادا على وسائل

---

[66]- محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، (ط3، القاهرة، عالم الكتب، 2004)، ص:104.

الإعلام التقليدية. ويطلق على القائمين بالاتصال في هذه الحالة لفظ مشاركين بدلا من مصادر[67]، نظرا لاشتراكهم في بناء العملية لاتصالية ومحتواها. وقد نتج عن خاصية التفاعلية أن:

1. تحول دور المستقبل من التلقي(في حالة الاتصال الجماهيري) إلى المشاركة في بناء محتوى الرسالة الاتصالية وتوجيهه.
2. إمكانية تعدد المشاركين في العملية الاتصالية أي أكثر من مرسل وأكثر من مستقبل، في إطار متزامن مثل مؤتمرات الفيديو التفاعلية.
3. وترتب على خاصية التفاعلية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشيط بناءا على اختياراته من بين وسائل الاتصال المتعددة، أو عنيد بناءا على رفضه أو قبوله للمحتوى أو القائم بالاتصال، بل أصبح مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية الكلية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها. واتسع مفهوم ديمقراطية الاتصال والحق في الاتصال ليشمل المشاركة الايجابية والنشطة في عمليات الاتصال لتلبية حاجاته الاجتماعية المتعددة، وليس مجرد توفير وسائل الاتصال وزيادة عدد المستفيدين منها في المجتمعات المختلفة[68].

ب–التنوع: تطور المستحدثات التكنولوجية ونظم المعلومات، أدى إلى التنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة، فالأجهزة الرقمية تتيح الاتصال الصوتي والكتابي والمصور والبريد الالكتروني، كما توفر الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات عن بعد، وكذا الاتصال الجماهيري من خلال اتاحت الوصول إلى المواقع المختلفة لوسائل الإعلام المنتشرة عبر شبكة الانترنت، إضافة إلى التنوع في المحتوى الذي منح المتلقي إمكانية الاختيار بما يتماشى وظروفه الخاصة وحاجاته.

ج–الانتشار: التطور الحاصل في تصنيع الوسائل الاتصالية أدى إلى انخفاض تكاليف إنتاجها، ومن ثمة أصبح اقتناؤها متاحا للجميع، فانتشرت بشكل واسع بين الأفراد على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية، والثقافية، وتحولت هذه الوسائل من مجرد ترف إلى ضرورة حياتية وعملية، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار الهاتف النقال على نطاق واسع. وفي رأي **[ألفن توفلر]** أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرقا لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا ليقصي من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها[69].

---

[67]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، (ط02، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص :107.

[68]- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص :110.

[69]- محمود علم الدين، مرجع سابق، ص: 179.

د-اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه[70]، مما يعني أن التزامن الذي كان يعتبر شرطا للاتصال المواجهي وكذلك الجماهيري لم يعد ضروريا بالنسبة للاتصال الرقمي، خاصة مع إمكانيات التسجيل وإعادة الاستقبال في الوقت الذي يختاره المتلقي.

هـ-التفتيت: يهتم الاتصال الرقمي بشكل أكبر بالفرد وحاجاته الخاصة، مبتعدا بذلك على طابع العمومية المميز للاتصال الجماهيري، حيث أتاح العديد من الخيارات التي منحت المتلقي هامشا كبيرا من حرية التنقل والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال . وأصبح بناء الرسائل يتم بناءا على خصائص الأفراد وبعض الجماعات، بدلا من توحيدها لتلائم الجماهير العريضة. وقد تعددت المواقع مثلا على شبكة الانترنت التي تقدم معلومات ذات طابع خاص، تتفق مع الحاجات المتجددة لكل الفئات تقريبا، ووصل الأمر إلى حد توجيه معلومات خاصة بالفئات الفرعية وتحت الفرعية وأصبح المحتوى دقيق التنوع. وتشير الدلائل الى أن رؤية **[مارشال ما كلوهان]** الخاصة بوحدة العالم والحياة في قرية عالمية التي حققتها نهضة وسائل الاتصال الجماهيري خلال عقد الستينات قد أصبحت في حاجة الى إعادة النظر في عقد التسعينات والقرن الحادي والعشرون، حيث تتجه وسائل التكنولوجيا الحديثة الى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي، حيث تنتشر وسائل الاعلام والاتصالات الجديدة التي توصف بأنها غير جماهيرية، بل إنها ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية[71].

و-الحركة والمرونة: استخدام النظم الرقمية أدى إلى تصغير حجم وسائل الاتصال، وجعلها متحركة وبات على الإنسان إن أراد أن ينتقل بما يحتاجه من مصادر معلوماتية ومراجع وبيانات كثيرة، ما عليه إلا اقتناء كمبيوتر نقال وهاتف نقال، الأول يحمل له ملفاته وبرامجه، والثاني هو نافذته التي يطل منها على العالم حيثما كان، محققا بذلك أقصى درجات الشفافية الجغرافية والمعلوماتية[72].

---

[70]- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**، (د.ط، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2005)، ص:262.

[71]- مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية**، (ط01، عمان، الأردن، الاهلية للنشر والتوزيع، 2002)، ص: 54.

[72]- عبد الباسط محمد عبد الوهاب، المرجع السابق، ص:209.

ز–قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، ظهرت مقدماته في نظام مينيتيل الفرنسي[73].

ك–قابلية التوصيل: وتعني إمكانية ربط الأجهزة مع بعضها البعض، بغض النظر عن الشركة المصنعة لها، ومن أمثلة ذلك الربط بين الهاتف النقال وجهاز الكمبيوتر.

ل–الكونية: حولت النظم التكنولوجية البيئة الاتصالية من بيئة محدودة بالمكان والزمان، إلى بيئة عالمية تتخطى الحواجز الزمنية والمكانية وحتى الرقابية، وبات الاتصال ممكنا مع أي مكان في العالم ودون حاجة للتنقل. فبوجود وسائل الاعلام والاتصال لم يعد التفاعل على أرض واحدة هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام متخطيا الحدود الجغرافية وعابرا فوق الحدود الوطنية[74].

والملاحظ من خلال الخصائص السابقة أن الاتصال لرقمي نجح في الجمع بين مرونة الاتصال المواجهي من جهة، وانتشار الاتصال الجماهيري من جهة ثانية. فاعتماده الوسائل التقنية الرقمية، سمح بتقريب الأشخاص سواء باستخدام الكتابة أو الصوت أو الصورة، وأتاح إمكانية الاتصال مع أي مكان في العالم دون الحاجة إلى التنقل. أما الضرورة الزمنية في بث الرسائل فلم تعد شيئا يجب احترامه، وكُسرت قواعد التقيد بالزمن في التعرض للرسائل، كما أنهى معادلة الاتصال في اتجاه واحد التي طبعت الاتصال الجماهيري، وجعله دائري تماما كما يحدث أثناء الاتصال المواجهي.

وعلى الرغم من ارتباط الاتصال الرقمي باستخدام الأجهزة التقنية، إلا انه لا يعاني من مشكلات التشويش المرتبطة بشبكات الاتصال، والتي تؤثر في مستويات الاتصال التقليدية.

مزايا الاتصال الرقمي والإمكانات التي أتاحها، لا تعني انه لا ينطوي على سلبيات، بل قد أثار هذا النوع من الاتصال العديد من القضايا التي لا يتسع المقام هنا للتطرق إليها بالتفصيل.

---

[73]- محمود علم الدين، مرجع سابق، ص:179.

[74]- محمد الفاتح حمدي وآخرون، **تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة (الاستخدام والتأثير)**، (ط01، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011)، ص :10.

فبالرغم من كونه تخطى عنصري الزمان والمكان إلا انه يبقى يفتقر للواقعية، فالتقارب الذي يحدث بين الأشخاص المتباعدين مكانيا والمختلفين حتى زمنيا، يبقى تقاربا الكترونيا وافتراضيا في كثير من الأحيان، وغير واقعي مثلما هو الأمر مع الاتصال المواجهي مثلا.

كما أن ارتباطه بالوسائل الرقمية، وكثرة الاختيارات المتاحة أمام الأفراد، أدى إلى كثرة الاستغراق في هذه الوسائل، ما سبب ما يسمى بالعزلة الاجتماعية لمستخدميها، إذ أشارت العديد من الدراسات إلى أنه على الرغم من ما تتيحه منتجات التكنولوجيا من إمكانيات الاتصال عن بعد، إلا أن عدم واقعية هذا الاتصال تجعل الفرد يبتعد عن عالمه الحقيقي، ويفقد الاتصال مع بيئته المحيطة، بما تحتويه من أشخاص وأشياء ووقائع.

كما أن الاتصال الرقمي يثير مسألة الموثوقية والمصداقية في مصادر المعلومات، ففي حالة الاتصال المعلوماتي أو الخاص باستقاء المعلومات والبيانات، في كثير من الأحيان يكون القائم بالاتصال غير معروف، خاصة فيما يخص مصادر المعلومات المنتشرة على شبكة الانترنت والتي يتعرض لها المتلقي وهو ما يؤثر على مستويات المصداقية بعكس أنواع الاتصال الأخرى التي يكون فيها القائم بالاتصال معروفا بالنسبة للمتلقي.

إضافة إلى ذلك فإن الاتصال الرقمي يتطلب وجود مهارات التعامل مع التكنولوجيا بالنسبة لمستخدميه، وهو ما قد يشكل عائقا يحول دون نجاح العملية الاتصالية، في حالة عدم معرفة طرفي الاتصال أو أحدهما لكيفية التعامل مع هذه الوسائل.

وزيادة إلى ما سبق ذكره، نسجل على الاتصال الرقمي تسببه في الغزو الثقافي، ونشر الفكر العولمي، وإثارة قضايا القرصنة، والملكية الفكرية، ومسألة التعدي على الخصوصيات، والأضرار الصحية الناتجة عن التعرض الكثير لمنتجات التكنولوجيا.

ويبقى أن مزايا الاتصال الرقمي وعيوبه، مرتبطة بالأساس بمزايا وعيوب التكنولوجيا المستخدمة ، وكذا طريقة استخدامها.

7. الأهمية الاجتماعية للاتصال :

تعد عملية الاتصال وسيلة هامة لفهم البيئة المحيطة بنا، بما تحتويه من متغيرات، كما أنها تساهم في تحقيق ترابط أفراد المجتمع ومؤسساته.وكثير من المشكلات التي يواجهها الفرد في حياته غالبا ما يكون السبب فيها هو سوء التواصل مع الآخر، بل وحتى المشكلات والخلافات التي تقع بين الدول قد تكون لنفس السبب. لذا يذهب [رد لوثن –Red Luthans] في كتابه [السلوك التنظيمي Organizational Behavior]، إلى أن " الاتصال سبب في الخلافات التي تحدث بين المحبين، وسبب في التعصب ضد بعض الأعراف والأقليات البشرية والتمييز العنصري، والاتصال سبب فيما يحدث بين الشعوب، وهو السبب فيما يسمى بالفجوة بين الجيلين، والخلافات العمالية والصراع داخل المنشأة"[75].

ويمكن إدراك أهمية الاتصال بشكل عام من خلال طرح السؤال: لماذا نتصل بالغير؟ خصوصا فيما يسمى بالاتصال غير المخطط، والذي نقوم به جميعا في حياتنا اليومية، سواء داخل الأسرة أو مع الغير أو في الجماعات الصغيرة أو داخل المجتمع ككل[76]. فلا يمكن أن نتصور حياة الإنسان بشكل منعزل. والاتصال بالآخر يمكن اعتباره فطرة في الفرد، الذي يسعى دائما إلى التفاعل مع الآخرين وبناء علاقات تساعده على فهم بيئته وتلبية حاجاته الاتصالية المتنوعة، وبدون اتصال نكون أفرادا نعتمد فقط على تجاربنا الذاتية لتعيننا على شؤون الحياة، فالمقدرة على تحقيق الاتصال وتمرير الأفكار والتجارب والمشاعر، هي التي أدت إلى تطور الجنس البشري[77] .

فالاتصال هو الذي يربط كافة المكونات الداخلية للمجتمع القائم على تنظيم يستند فيه لكل فرد دور معين، يفرض عليه القيام بوظائف متعددة تحدد مركزه الاجتماعي، ما يؤدي إلى تحقيق ما يسمى بالتكامل الاجتماعي، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال الاتصال بالآخرين وبمصادر المعلومات، والمعرفة التي تعزز المكانة الاجتماعية للفرد.

[75]-مدحت أبو النصر، **مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين**، (ط1، القاهرة، مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009)، ص: 21.

[76]-محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص :25.

[77]- السيد عبد الحميد عطية،محمد محمود مهدلي، **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية**، (د.ط، الاسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2003،) ص:43.

كما أن الاتصال يعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب ما بين الأفراد والجماعات، وبناء العلاقات الاجتماعية، وتبادل الأفكار، والأخبار، والتجارب، ما يدعم الإحساس بالأمن والطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعي، في مواجهة الشعور بالعزلة الذي قد يتأتى نتيجة انعدام الاتصال بالآخرين.

إضافة إلى ذلك يسمح الاتصال للأفراد باكتساب معلومات جديدة، تفيدهم في تحديد مواقفهم، واتخاذ قراراتهم اتجاه القضايا التي يواجهونها في حياتهم اليومية، زيادة إلى أن الاتصال بمصادر المعلومات يدفع بالشخص إلى تحسين أدائه، ومن ثمة زيادة معدلات المشاركة في مشروعات التنمية.

والأهم كذلك أن عملية الاتصال تزود الأفراد بالمعلومات المتعلقة بالبيئة المحيطة بهم، والأخطار الموجودة فيها، وبالتالي مساعدة المجتمع على تجنبها، مما يدعم الأمن والاستقرار داخل المجتمع.

إن الاتصال هو الوسيلة الأساسية لبث ونقل القيم والعادات والتقاليد والتراث الثقافي الخاص بالمجتمع. فالفرد خلال اتصاله بأعضاء مجتمعه يتسنى له اكتساب خصائص وسمات ذلك المجتمع المنتمي إليه، ويقوم بدوره –أي الفرد – بنقل مكتسباته إلى غيره وإلى الأجيال التي تليه، من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية،فالطفل يكتسب كل ما يحيط به من قيم وعادات وتقاليد وأنماط سلوكية، وذلك من خلال التعامل المباشر مع المجتمع ومع والديه، مما يسهم في نموه العقلي، والاجتماعي، والخلقي، ويستمر في ذلك خلال مراحل نموه المختلفة[78]، لتصبح هوية الفرد جزءا من هوية المجتمع، ويتعمق انتماءه الاجتماعي، أي أن الاتصال يساعد على المحافظة على الهوية الاجتماعية.

ما يمكن الوصول إليه هو أن عملية الاتصال مهمة وضرورية، يحتاجها الفرد ويقوم بها كل يوم وكل لحظة خلال حياته، فهو يقضي من 70% إلى 85% من وقته في الاتصال بالآخرين، إما عن طريق الإنصات لهم، أو الحديث معهم، أو القراءة، أو الكتابة للآخرين[79]، وكذلك يتصل مع البيئة المحيطة به، بما تحتويه من معطيات، فالاتصال عملية يقتضيها الدور الاجتماعي، والمكانة الاجتماعية، وكذا عملية التكيف والانتماء الاجتماعي، بما يحقق تماسك المجتمع.

[78]- مجدي احمد محمد عبد الله، مرجع سابق، ص : 66.
[79]- مدحت ابو النصر، المرجع السابق، ص: 21.

VI. ملخص:

ارتبط تطور العملية الاتصالية ووسائلها بتطور الحياة البشرية، ذلك أن الاتصال يعد ضرورة يفرضها الواقع الوجودي للإنسان، الذي يستلزم التكيف والفهم العميق للبيئة المحيطة بالفرد بكل مكوناتها المادية واللامادية، ونتيجة لهذه الضرورة كان الاتصال يعرف تطورا على مستوى أساليبه ووسائله كلما تطورت حياة البشر، هذا المسار التطوري تشكل عبر خمسة مراحل، بدءا من المرحلة الأولى التي اعتمد فيها الانسان الأشكال البدائية للتواصل مع غيره ومع بيئته مستخدما في ذلك اللغة المنطوقة وبعض الرموز والإشارات، لينتقل في المرحلة الثانية الى تدوين اللغة المنطوقة وجعلها مكتوبة، أما المرحلة الثالثة فقد ارتبطت بظهور الطباعة الآلية بدءا من منتصف القرن الخامس عشر، أما المرحلة الرابعة من تطور الاتصال فشهدها القرن التاسع عشر الذي عرف ظهور العديد من المخترعات، انطلاقا من الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية، التي مهدت لظهور تقنيات الاتصال عن بعد فظهر التلغراف بأنواعه والتلفون وصولا الى الراديو والتلفزيون خلال النصف الأول من القرن العشرين، أما المرحلة الخامسة من تطور الاتصال فقد ارتبطت بما يسمى بالتكنولوجيات الاتصالية الجديدة القائمة على التقنية الرقمية، وهي التكنولوجيا التي قضت على المسافات وحولت العالم الى قرية صغيرة تتسم فيها العملية الاتصالية بالمرونة والسرعة.

إن التطورات التي عرفتها العملية الاتصالية طرأت من جهة على وسائله المعتمدة، ومن جهة أخرى على أنماطه وأشكاله التي ترتبط بدورها بنوعية الوسائل المستخدمة، الأمر الذي نتج عنه وجود عدة أنماط للاتصال يستخدمها الفرد بحسب الموقف والهدف الذي يسعى إليه، وقد اختلفت تصنيفات العلماء لأنماط الاتصال وتعددت المعايير المستند عليها في ذلك ما بين التصنيف على أساس اللغة المستخدمة (لفظي، غير لفظي)، وحسب درجة التأثير وحجم المشاركين (ذاتي، مواجهي، جماهيري، وسيلي، ثقافي)، وحسب طبيعة المصدر (رسمي، غير رسمي)، وعلى أساس الاتجاه (في اتجاه واحد، في اتجاهين)، وكذا الأسلوب الاتصالي (مباشر، غير مباشر)، وكلها أنماط يستخدمها الفرد خلال حياته اليومية في كل وقت بل في كل ثانية. وما يمكن الوصول اليه من خلال ما تقدم أن الاتصال بتعدد أشكاله وأنماطه ووسائله يعد آلية ديناميكية ضرورية لقيام حياة الانسان وانتظامها.

الفصل الثالث: الهاتف النقال

I. نشأة وتطور الهاتف النقال
II. قطاعات سوق الهاتف النقال
III. كيفية عمل الهاتف النقال
IV. خدمات الهاتف النقال
V. استخدامات الهاتف النقال
VI. ايجابيات الهاتف النقال
VII. سلبيات الهاتف النقال
VIII. الهاتف النقال في الجزائر
IX. ملخص

يعني مصطلح [tele] اليوناني الأصل متباعد أو بعيد، ويستخدم هذا المصطلح اليوم بالربط مع كلمة [communication] ليشكل مصطلح [telecommunication] الذي يعبر عن الاتصالات قصيرة وبعيدة المدى باستخدام الوسائل الالكترونية[1].

وترجع البدايات الأولى للاتصال اللاسلكي إلى اختراع التلغراف، حيث عرف الإنسان أول نظام لتحويل ونقل الرموز عن طريق الإشارات الضوئية، وهو ما مثله التلغراف البصري أو الضوئي الذي اخترع من طرف الفرنسي [Claude Chappe (1763م–1805م)] سنة 1793م[2]، واستخدم هذا النظام في البداية من طرف قوات الأمن والقوات العسكرية، ليتم فيما بعد اختراع التلغراف الكهربائي في الولايات المتحدة الأمريكية على يد الرسام الأمريكي [Samuel Morse (1791م–1872م)] سنة 1837م، الذي تمكن من إرسال أول رسالة سنة 1844م من واشنطن إلى بلتيمور[3]، وقد صاحب تطور التلغراف الكهربائي تطور السكك الحديدية ليصل سنة 1852م الى 6000 كلم، وفي سنة 1837م اكتشف الأمريكي [C.G.Page] أن التغير السريع في مغنطة الحديد يولد نغمة موسيقية[4]، وهو الاكتشاف الذي استغله المهندس الاسكتلندي [Graham Bell (1847م–1922م)] لاختراع جهاز الهاتف الذي كشف عنه سنة 1876م ليتم تسويقه تجاريا بعد عام من ذلك من طرف مؤسسة [Bell Telephone Company] التي أسست فرعا سنة 1885م يهتم ببناء الخطوط الهاتفية على مسافات طويلة، وحمل اسم AT&T (American Telephone and Telegraph)[5]. وبعكس التلغراف يمكن القول أن الهاتف نظام اتصال شخصي أو خاص بحيث يمكن استخدامه في البيوت، وهو ما لم يكن ممكنا بالنسبة للتلغراف. وتوسع استخدام الهاتف ولاقى نجاحا كبيرا خاصة بعد سماحه بربط الاتصال على المستوى الدولي، حيث كان أول اتصال دولي سنة 1887م بين باريس وبروكسل.

في سنة 1864م توصل الفيزيائي وعالم الرياضيات الاسكتلندي [Maxwell (1831م–1879م)] إلى وضع نظرية تقول بوجود موجات كهرومغناطيسية في الفضاء، وهي الموجات التي تأكد الفزيائي الألماني [هرتز (1857م–1894م)] من وجودها سنة 1887م وحملت اسمه، ليتم استغلال هذه الأخيرة من طرف

---

[1]- Tony Wakefield et al, **Introduction To Mobile Communication : technology, services, markets**,(New York, Auerbach Publications, 2007), p : 04.

[2] -Pierre Musso, **Les Télécommunication**,(Paris, La Découverte, 2008), p :25.

[3]-**الموسوعة العلمية الشاملة**، قسم الأبحاث بإشراف سمير غانم، (بيروت، لبنان، نوبيليس، 2004)، التكنولوجيا، المجلد 10، ص: 34.

[4]-Bruno Ollivier, **Les Sciences De La Communication**,(Paris, Armand Colin, 2007), p :135.

[5] - Pierre Musso,OP.cit. p :29.

الايطالي [ماركوني (1874م–1937م)] الذي نجح سنة 1895م في إرسال أول إشارة راديو على مسافة 2000م لترسل أول إشارة راديو عبر بحر المانش سنة 1899م، على مسافة 46 كلم، وفي سنة 1901م كان أول ربط عبر الأطلنطي[6]، ليبدأ بذلك عصر اتصالات الراديو والاتصالات اللاسلكية. بعد الحرب العالمية الثانية تم استغلال موجات الراديو في الاتصالات الهاتفية ما أدى إلى ظهور هاتف الراديو الذي يعتبر الانطلاقة الأولى لظهور الاتصالات الهاتفية النقالة.

[6] - Pierre Albert, Christine Leteinturier, **Les Medias Dans Le Monde** ,(Paris, Ellipses, 1999), p :21.

I. نشأة وتطور الهاتف النقال:

أدى تطور تكنولوجيا التلغراف والتكنولوجيا اللاسلكية إلى ظهور ما يسمى بالاتصال عن طريق الراديو الذي يشكل البدايات الأولى لما يعرف اليوم بالهاتف النقال، حيث تعتبر شركة [DETROIT] أول من قدم هذه الخدمة سنة 1920م[7]، وكانت حكرا على القوات العسكرية والمنظمات التجارية، وكانت تقدم خدمات نموذجية تتمثل في الطوارئ ،البريد/التسليم، وخدمات المرافق والإيداع. وبعد ذلك ظهر أول هاتف راديو عبارة عن جهاز يثبت في السيارة ذو حجم كبير نوعا ما وخدماته سيئة، كما كانت إمكاناته ونطاق التغطية محدودان، حيث اعتمد على نصب برج مركزي في كل مدينة ليؤمن قرابة 25 قناة راديو، مما يتطلب قدرة إرسال كبيرة قادرة على الوصول إلى مسافة تصل إلى 70كلم[8](كانت هذه الخدمة حكرا على عدد محدود فقط من الناس)، ولم يكن هناك تجسيد فعلي لخدمات الهاتف النقال نظرا لارتفاع تكاليف البنية التحتية ومحدودية التكنولوجيا التي لم تكن تملك شعبية في بدايتها.

وفي سنة 1945م أطلقت شركة [AT&T] الأمريكية نظام اتصالات لاسلكي أطلق عليه تعبير [phone me by air]، وبعدها بسنة بدأت أولى خدمات الهاتف الراديو ب و.م.ا سنة 1946م في سان لويس من خلال نظام [MTS][9] المقدم من طرف [AT&T] وفي سنة 1947اقترح [D.H.Ring] ورفقائه في مؤسسة [Bell] المفهوم الخلوي، ليقوم بعد ذلك [Martin Cooper] باختراع الهاتف النقال الذي طوره فيما بعد مهندسو شركة [MOTOROLA]، الذين نصبوا أول محطة قاعدية في نيويورك، وكان الجهاز النقال الأول يحمل اسم MOTOROLA Dynatac، وظهر سنة 1978م وهو عبارة عن جهاز مستطيل الشكل مزود بهوائي يشبه الطوب من حيث الشكل والمقاس والحجم ،يعمل بالنظام التماثلي ويستهلك طاقة كبيرة إذ يحتاج للشحن باستمرار حيث كانت بطاريته قصيرة الحياة[10].

وفي سنة 1951م قامت السويد بتصميم نظام خاص بالهاتف المتحرك من النوع الخلوي يحمل اسم [MTA][11]، كما ركزت شركة [ERICSON] السويدية هي الأخرى أبحاثها لتطوير الهاتف النقال . وفي سنة 1969م قدمت شركة [BELL] أول نظام تجاري للهاتف النقال من النوع الخلوي استخدم في قطارات

---

[7] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :12

[8]- صادق عباس مصطفى، **الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات**،(ط1، عمان، الأردن، دار الشروق، 2008)، ص:287.

[9]- المرجع السابق، ص:288.

[10] -Pei Zheng, Lionel Ni, **Smart Phone And Next Generation Mobile Computing**,(San Francisco, Elsevier, 2006), pp : 24-32.

[11]- صادق عباس مصطفى، مرجع سابق، ص:288.

المترو. كما أدى اختراع الترانزستور والدارات المدمجة إلى تطور صناعة أجهزة النقال، حيث ظهر أول هاتف خلوي يعمل بالترانزستور باسم Mark 12. استمرت الأبحاث في مجال تطوير الاتصال المتحرك فطورت كل من اليابان والاسكندينافيون أبحاثهم في هذا المجال بالإضافة إلى أبحاث شركة [BELL]، وقد مر تطور شبكات النقال عبر عدة أجيال:

➢ الجيل الأول G1:

اعتمدت شبكات الجيل الأول ويرمز له اختصارا G1 على التكنولوجيا التماثلية، وصممت لهدف بسيط هو جعل الحديث ممكنا أثناء التنقل وكانت تدعم فقط خدمة الصوت ولا تدعم خدمة نقل البيانات، حيث طرحت شركة [Nippon] اليابانية سنة 1979م أول نظام خلوي تماثلي باسم NNT(Nippon Telephone and Telegraph)، لتعرف فيما بعد نظام JTACS و NTACS [12].

أما في أمريكا فأول نظام ظهر هو نظام AMPS (Advanced Mobile Phone System) سنة 1983م من طرف الشركة الامريكية للهاتف والتلغراف [AT&T] القائم على تكنولوجيا FDMA (Frequency Division Multiple Access) التماثلية، التي تستخدم نطاق ترددي يقدر ب30 KHZ وقد عرف هذا النظام شعبية في كل من و.م.ا ،كندا، مكسيكو، جنوب أمريكا واستراليا[13].

أما أوروبا فقد عرفت ظهور مجموعة من الأنظمة غير المتوافقة، إذ ظهر أول نظام في الدول الاسكندينافية باسم NMT(Nordic Mobile Telephone) الذي أطلق سنة 1981م من طرف [Ericson Radio Systems AB] وقد استخدم نطاق MHZ450 ثم نطاق MHZ900 سنة 1986م[14].

[12] -Gordon L. Stüber, **Principles Of Mobile Communication Second Edition**,(U.S.A , Kluwer Academic Publishers, 2002), p :03.

[13] - Krzysztof Wesolowski, **Mobile Communication Systems** ,(England, John Wiley &Sons Ltd, 2002), p :168.

[14] -Amitabh Kumar, **Mobile TV : DVB-H, DMB, 3G Systems and Rich Media Applications**, (U.S.A, Focal Press, 2007), p : 101.

وفي سنة 1985م اطلقت شركة [MOTOROLA] نظام TACS(Total Access Cellular System) في المملكة المتحدة البريطانية[15] وقد استخدم في كل من ايرلندا، ايطاليا، اسبانية، الصين، نيوزيلندا وهونكونغ.

أما ألمانيا فقد عرفت نظام C–NETZ[16] الذي طبق كذلك في جنوب إفريقيا والبرتغال بالإضافة إلى نظام Radiocom الذي ظهر منتصف الثمانينات.

وتميزت شبكات G1على العموم بسوء النوعية وانخفاض القدرة وإمكانات التشغيل بالإضافة إلى غياب الموثوقية، لكن رغم بساطة هذه الشبكات، إلا أنها أدت إلى نمو سوق النقال بنسبة 30الى 50%، مما أدى إلى حوالي 20 مليون مشترك سنة 1990[17] .

إن تطور التكنولوجيا الرقمية من جهة واستنفاذ قدرات الشبكات التماثلية وتطلع المستخدمين إلى خدمات أكثر من جهة أخرى أدى إلى ظهور الجيل الثاني من شبكات النقال. والمقصود بالرقمية أو الرقمنة عملية تحويل المعلومات التناظرية أو التماثلية إلى شكل يستطيع الحاسب قراءته، أي تحويلها إلى لغة الحاسب المكونة من آحاد وأصفار(...)، وحين تمثل هذه البيانات (من صور وأصوات وكلمات وغيرها) في الشكل الرقمي فإنها تصبح مجموعة نبضات كهربية يمكن نقلها عبر الحاسبات وشبكات الاتصال دون أن تتأثر بالتشويه أو التشويش الذي يحدث في حالة الاتصالات التناظرية [18].

➢ الجيل الثاني G2:

ظهر G2 من شبكات النقال سنة 1990م واعتمد النظام الرقمي ما جعله يتميز بتوفير أفضل نوعية للصوت، كما استفاد من إمكانات الخلية واستخدم دارات تحويل البيانات CSD (Cirtcuit Switched Data) دعما لمعدل تحويل بيانات ب 9.6 كيلوبايت في الثانية*[19]. كما عرف هذا الجيل تحول نظام

[15] -Ramjee Prasad et al, **Globalization Of Mobile and Wireless Communications : today and in 2020**, (NewYork, Springer, 2011), p :32.
[16] - Krzysztof Wesolowski,OP.cit. p : 74.
[17] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :54.

[18]طارق سيد احمد الخليفي، **الإعلام المحلي في عصر المعلومات**، (ط1، لبنان، دار النهضة العربية، 2010)، ص:41.
* الكيلوبايت في الثانية (Kbps)، والميغابايت في الثانية (Mbps)هي وحدات قياس معدل نقل البيانات من خلال شبكات الاتصال.
[19] -Frank H.P. Fitzek, Frank Reichert, **Mobile Phone Programming and Its Application To Wireless Networking**, (Netherland, Springer, 2007), p :09.

AMPS من التماثلي إلى الرقميD-AMPS الذي يستخدم تكنولوجيا TDMA (Time Division Multiple Access)، وهو نظام يعتمد أسلوب التقسيم الزمني المتعدد التواصل، كما ظهر نظام cdmaONE ونظام GSM في أوروبا وPDC في اليابان، وكان الهدف من G2 هو زيادة قدرات النظام وتميز ب: قوة إرسال عالية نسبيا، أكثر موثوقية، زيادة قدرة وكفاءة الطيف، سهولة تقديم الخدمات الصوتية المتطورة ونصوص الرسائل، الفاكس وإمكانيات الوصول إلى شبكات البيانات الأساسية، بالإضافة إلى تحسين الحماية ومنع الاحتيال.

ثم ظهر نوع مطور من شبكات G2 يدعم نقل البيانات بطرق أكثر فاعلية عن طريق ما يسمى بحزم البيانات [packet data]، وتوصف هذه الأنظمة بالجيل 2.5 (G2.5) وتتمثل أهم شبكات G2 في :

- **CDMA:** قامت مؤسسة الاتصالات السلكية واللاسلكية الأمريكية بتحديد معايير لتكنولوجيا TDMA عرفت باسم IS-54 وكان ذلك سنة 1990م[20]، وتميزت بمخطط جديد للإشارات الرقمية. بعد ذلك طورت شركة [Qualcomm] (san diego) معيارا جديدا يسمى IS-95 الذي استخدمته لتطلق نظاما قائما على تكنولوجيا تجزئة الرمز CDMA (Code Division Multiple Access) عرف باسم cdmaONE[21]. وفي سنة 1995م حصلت Qualcomm بفضل هذا النظام على معيار الريادة الخلوية الرقمية[22]، وتطورت معايير IS-95 ودعمت بتحسينات إضافية تمثلت في الرسائل النصية واستخدام دارات تحويل البيانات، حيث سمح باستخدام البيانات بمعدل 9.6 كيلوبايت في الثانية. وخلال G2.5 تطور النظام وأصبح يعرف باسم 1× cdma 2000 وتجاوز عدد مستخدميه سنة 2006م، 370 مليون مستخدم في أزيد من 30 دولة[23].
- **GSM:** نشأ هذا النظام من طرف المنظمة الأوروبية للبريد والاتصالات اللاسلكية [CEPT] سنة 1982م حيث شكلت مجموعة خاصة بالمحمول GSM(Groupe Special Mobile) كان الغرض منها إنشاء نظام محمول خاص بكافة الدول الأوروبية[24] يسمح بتوفير مجموعة من الخصائص تتمثل في النوعية الجيدة للصوت ودعم التجوال العالمي وكفاءة طيف عالية، وفي سنة 1989م انتقلت مسؤولية تطويره إلى المعهد الأوروبي للمعايير الدولية للاتصالات اللاسلكية[ETSI]،

[20] - Gordon L. Stüber,OP.cit. p :05.
[21] - Ramjee Prasad et al , OP.cit. p : 33.
[22] - Amitabh Kumar, OP.cit. p : 103.
[23] - Pei Zheng, Lionel Ni, OP.cit. p :29.
[24] -Gwenael Le Bodic, **Mobile Messaging : Technologies and Services**, (England, John Wiley &Sons Ltd, 2003), p : 02.

هذا وقد نشرت النسخة الأولى من نظام GSM سنة 1990م وبدا تسويق الخدمات منتصف 1991م في فنلندا، ومع حلول سنة 1993م كان هناك 36 شبكة في 22 دولة[25]. مع بداية 1994م سوق GSM خارج أوروبا وتغير اسم المنظمة إلى (Global System for Mobile Telecommunication)، وطبق في أمريكا سنة 1998م باسم PCS1900. أما في سنة 1997م عرف GSM تطورات عديدة تمثلت في التحول نحو استخدام دارات تحويل البيانات عالية السرعة HSCSD (High Speed CSD) الذي يسمح بالوصول إلى معدل بيانات أقصاه 57.6 كيلوبايت في الثانية[26]. كما طرح نظام GPRS وهو اختصار للخدمات العامة للاتصالات اللاسلكية بالحزم (General Packet Radio Service) الذي يمثل G2.5 من شبكات المحمول، والذي يوفر معدل بيانات واقعي يقدر بين 40 و50 كيلوبايت في الثانية، مع معدل نظري يصل إلى 171.2 كيلوبايت في الثانية، وكان الهدف منه هو دعم خدمة البريد الالكتروني وتصفح الواب، اذ تعتمد معايير GPRS على تكنولوجيا الحزم البيانية، حيث يتم تدفق البيانات على نحو مستمر، مع الاستعانة بخدمات الشبكة على إرسال البيانات بواسطة جهاز يعمل وفق هذه المعايير، كما أن نظام GPRS يؤمن مراسم شبكة الانترنت متوافقة مع شبكة الاتصالات الهاتفية الخلوية GSM، وهو ما يسمح بإقامة خدمات مستمرة للبريد الالكتروني وللتجارة الالكترونية بواسطة الأجهزة اللاسلكية بسرعة مرتفعة وبكلفة منخفضة[27].

وعرف GPRS بدوره تطورا وانتقل إلى محسن معدل البيانات EDGE (Enhanced Data Rates for GSM Evolution) أو EGPRS(Enhanced GPRS)[28] الذي يمثل الجيل 2.75 (G2.75). وقد أتاح نظام GSM خدمة الرسائل القصيرة SMS، مكالمات الطوارئ، تحويل المكالمات وخدمات الانتظار...الخ، ويمثل هذا النظام أكثر تكنولوجيا مستخدمة حاليا بنسبة 75% من مستخدمي النقال في العالم حيث وصل عدد مشتركيه منتصف 2006م إلى 1.9 بليون مستخدم وأزيد من 500 متعامل في 210 دولة[29].

[25] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :57.

[26] - Frank H.P. Fitzek, Frank Reichert, OP.cit. p : 10.

[27]-مجد هاشم الهاشمي، **الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل**، (ط1، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2011)، ص: 277.

[28] -Ibid. p :11.

[29] - Amitabh Kumar, OP.cit. p :103.

- **PDC(Personal Digital Cellular)** : هو نظام ياباني تم تطويره من طرف وزارة البريد والاتصالات اللاسلكية اليابانية بتوحيد الخلية الرقمية الشخصية، ويستخدم هذا النظام تكنولوجيا TDMA بثلاث معدلات كاملة لكل قناة ناقلة. بالإضافة إلى تكنولوجيا i-mode التي تسمح بتزويد النقال بالانترنت . وقد سجل نظام PDC حوالي 30مليون عضو سنة 2002م[30].

صاحب شبكات G2 وG2.5 تطور أجهزة الهواتف النقالة التي أصبحت أكثر تعقيدا خاصة من ناحية المعالجة الرقمية للبيانات، حيث ظهر أول جهاز سنة 1990م يبلغ وزنه 200غ [31]، ويعمل لمدة طويلة، كما احتوى على شاشة LCD صغيرة تظهر أرقام المتصلين، مركز الاتصال، إشارة الشبكة بالإضافة إلى بعض المعلومات تتعلق بالتطبيقات المتاحة .

➢ الجيل الثالث (G3) :

إن الهدف الرئيسي الذي كانت تسعى له شبكات G3 هو إتاحة خدمات الوسائط المتعددة التي تسمح بمزج الصوت والصور والرسوم...الخ وتامين الوصول السريع للانترنت والبث الصوتي والفيلمي في الوقت الحقيقي، وساعد في ظهور هذا الجيل إنشاء نظام UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) الذي ظهر في أوروبا ويستخدم تكنولوجيا W-CDMA (Wideband CDMA)، التي منحت معدل بيانات يصل إلى 2 ميغابايت في الثانية. كما دعمت هذه الشبكات بنظام التطور طويل الأمد LTE (Long Term Evolution) الذي يمنح المستخدم 100 بايت في الثانية للتنزيل و50 ميغابايت للتحميل ودعم من طرف كل من [Ericson]، [Nokia]، [Motorola][32].

كما عرف هذا الجيل تطور نظام CDMAone إلى 1EV ×-DO CDMA 2000(Evolution (Data Only ، كما ظهر في الصين نظام TD -SCDMA(Time Division Synchronous)[33].

[30] - Gwenael Le Bodic,OP.cit. p : 02.
[31] - Pei Zheng, Lionel Ni, OP.cit. p :32.

[32] - Frank H.P. Fitzek, Frank Reichert, OP.cit. p :11.

[33] - Ramjee Prasad et al , OP.cit. p :34

سعت شبكات G3 إلى تحقيق سرعة بيانات تصل إلى 2.5 ميغابايت في الثانية، والوصول إلى تحقيق اتصالات شخصية متحركة عالمية مع استخدام الاتصال الشخصي والشبكات الذكية التي تحدد مكان الشخص الطالب وهو ما يمنح المستخدم الحرية في التواجد في أي مكان في العالم[34]. وبلغ عدد مستخدمي شبكات G3 منتصف 2006م أكثر من 350 مليون مستخدم بأكثر من 150 متعامل[35].

➢ الجيل الرابع (G4) :

يهدف G4 من شبكات النقال إلى زيادة سرعة نقل البيانات بتكلفة أقل، وهو يحتاج في ذلك إلى تكنولوجيا WiMax (Worldwide Interoperability for Microwave Access) اللاسلكية التي تسمح بتحويل البيانات بسرعة عالية باستخدام ترددات الراديو المحلية وهي تقوم على أساس بروتوكولات الانترنت IP/TCP وتوفر معدل بيانات نظري يصل إلى 15 ميغابايت في الثانية خلال مسافة 5 كلم، ويمثل سوق WiMax حوالي 3% من سوق الاتصالات عالية السرعة[36]، وتعتبر اليابان وكوريا الجنوبية رائدتان في مجال الاتصالات عالية السرعة، حيث قدمت شركة [SAMSUNG] خدمات النقال ضمن شبكات G4 تمنح معدل بيانات يصل إلى 100 ميغابايت في الثانية[37].

[34] - Gordon L. Stüber,OP.cit. p :08

[35] - Amitabh Kumar, OP.cit. p :115.

[36] -Pierre Musso, OP.cit. p : 68.

[37] - Ramjee Prasad et al , OP.cit. p :34.

II. قطاعات سوق الهاتف النقال:

يعرف سوق الهاتف النقال وجود العديد من الشركات التي تسيره وترسم ملامح تجارة الهواتف النقالة إن كان على مستوى تشغيل الشبكات أو صناعة الأجهزة أو المحتوى وعلى العموم يضم سوق الهاتف النقال القطاعات التالية:

1. مشغلي الشبكات:

➢ **مشغلي شبكات الهواتف النقالة الفعليين MNOs(Mobile Network Operators) :**

وهي عبارة عن مؤسسات أو منظمات تملك ترخيص التشغيل في بلد معين وتقوم باستثمار كل التجهيزات الخاصة لتقديم التغطية والخدمات الهاتفية للأشخاص[38]، وعادة ما يكون هناك أكثر من شركة تشغيل داخل البلد الواحد وتشمل مهام ومسؤوليات مشغلي الشبكات: التخطيط لاستغلال الترددات وكافة إمكانيات الشبكة، تحديد أماكن تثبيت القواعد المركزية ومحطات التبديل، وتوفير خدمات الاتصالات للمستهلكين، وتتولى هذه الشركات تشغيل وصيانة المعدات بنفسها أو توكل مهمة ذلك –أي الصيانة– إلى مقاولي الخدمات ومن الأمثلة على شركات مشغلي الشبكات، [vodafone] في بريطانيا، [sonofone] في الدانمرك، [turkcell] في تركيا، [wind] في ايطاليا.

➢ **مشغلي شبكات النقال الافتراضيين MVNOs(Mobile Virtual Network rsOperato):**

وهي شركات تعقد اتفاقيات مع إحدى الشركات الواقعية المشغلة للنقال لتقديم الخدمات والمنتجات باسمها أو نيابة عنها، وتضع الشركات الافتراضية علامتها التجارية على المنتج أو الخدمات وحتى أجهزة الموبايل، كما يستطيع المشغلين الفعليين بدورهم استغلال العلامات التجارية ل MVNOs لاستهداف القطاعات المتخصصة للسوق كالشباب والألعاب أو الموسيقى.

وهناك صنفين من المشغلين الافتراضيين:

- **MVNO discount**: توفر مكملات منخفضة الكلفة لقطاعات السوق والتي توفر عائدات أقل لكل عميل، ويتضمن هذا النوع virgin mobile و easy mobile وتستند إستراتيجية هذه الشركات على التعريفة الرخيصة والدفع المسبق أو المؤجل[39].

---

[38] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :35.

[39] -Ibid. P : 36.

- **MVNO lifestyle** : تركز أكثر على التركيبة السكانية المحددة للأسواق الخاصة، بحيث تجمع بين خدمات الجهاز وحاجات المستخدم الخاصة وتركز بشكل اكبر على سوق أو فئة الشباب وتقدم خدمات مثل: الرنات، شاشات التوقف، الرسائل المصورة، الألعاب والموسيقى وهو ما يذر أموالا ضخمة لمشغلي الشبكات ومزودي المحتوى، ومن الأمثلة على هذه الشركات [biBoost Moel]، التي تمنح إمكانيات تنزيل آخر المقاطع الموسيقية، صور الشاشات، الأغاني والألعاب، وكذا شركة [AMPD] في و.م.ا، [Hello MTV]، [ID&T Mobile] في أوروبا المخصص فقط لاستخدامات الشباب، كما توجد في بريطانيا شركة [Extreme Mob] التي تستضيف شبكة [vodafone] والتي تقدم خدمات تركز على نمط الحياة الرياضي وموجهة بالأساس إلى الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن 24 سنة .

- **ممكني الشبكات الافتراضية MVNE (Mobile Virtual Network Enabler):**

ومهمة هذه الشركات تتمثل في توفير البنية التحتية والخدمات التي تسنح للشركات المشغلة الافتراضية من تقديم خدماتها.

2. صانعي أجهزة الهواتف النقالة:

بعد ظهور أول جهاز هاتف نقال MOTOROLA DYNATAC، والذي كان يعمل وفق النظام التماثلي وذو حجم كبير، ظهر سنة 1990م الهاتف الرقمي بفضل التطور السريع لتكنولوجيا الدارات المدمجة، وقد كان صغير الحجم وخفيف الوزن حوالي 200غ أو اقل، وفي سنة 1996م أطلقت شركة [نوكيا] جهازا محمولا من النوع الخلوي يحمل اسم COMMUNICATOR 9000 يعمل بنظام GSM وقد كان مزودا بلوحة مفاتيح ونظام لصف الحروف ونظام أجندة يومية الكترونية وإمكانية استقبال وإرسال الفاكس وكذا استقبال البريد الالكتروني والإبحار في الانترنت بمدى قليل[40]، ومع ذلك كان محدود الإمكانيات بسبب الشبكات الخلوية التي كانت مصممة بالأساس للصوتيات وليس للبيانات، ثم عرفت الأجهزة المحمولة نقلة نوعية من حيث التصميم، حيث ظهرت الشاشات الملونة، الصور الواضحة، عرض النص، سهولة استخدام إدخال النص، الكاميرا، المزامنة مع الكمبيوتر، إمكانات PAN (Personal Area Network) كالبلوتوث، لتظهر الهواتف الذكية في أواخر التسعينيات استجابة إلى الحاجة لتقريب وسائل الاتصال الشخصية والمساعدة، مدعوم بأحد معالجات المحمول المتمثلة في

[40]-صادق عباس مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص: 294.

X Scale (معالج الجداول)، شاشات LCD (Liquid Crystal Display)[41]، وتعرف هذه الأجهزة كأجهزة متقاربة تتمثل وظيفتها الأولى في الهاتف بالإضافة إلى إمكانيات الحاسوبية أو ما يسمى المساعد الشخصي PDA (Personal Digital Assistant)، مع نظام تشغيل متقدم OS(Operating System) ويحوي خدمات LAN أو WIFI*، ويضم سوق أجهزة النقال حوالي 143 مصنع وأكثر من 3000 نوع، وأصبح هذا السوق معقد جدا نظرا لاستهداف مشغلي الشبكات للمستهلكين بصفة متخصصة وبخدمات مصممة، الأمر الذي جعل المستهلكين يطلبون تجهيزات تعكس نمط حياتهم، وتصنف الأجهزة حسب:

- **التكنولوجيا:** وتشمل واجهة الجهاز الذي تطور من الشكل البسيط الذي يوفر الصوت فقط الى الشكل المعقد الذي يتيح عدة خدمات وصولا إلى شاشات اللمس، كما تشمل التكنولوجيا نوع البطارية التي تعد من المكونات الأساسية في أي هاتف نقال ولابد أن تكون صغيرة الحجم وخفيفة الوزن، اذ هناك العديد من التطبيقات التي تستهلك الكثير من الطاقة مثل الراديو، الموسيقى، الألعاب...الخ، ولذا فإن طول مدة حياة البطارية يعد أمرا أساسيا في أجهزة الهواتف النقالة، بالإضافة إلى التحسينات الأخرى كدقة الكاميرا وسعة الذاكرة.
- **Life style** : وتجمع بين خدمات الجهاز وحاجات المستخدم الخاصة، وتطورات الأجهزة أصبحت تمنح المستخدم القدرة والحرية في تهيئة جهازه حسب ذوقه.
- **درجة التعقيد:** هناك الأجهزة البسيطة التي تقدم خدمات بسيطة ولا تحتوي على الألوان، وأجهزة معقدة تقدم خدمات أكثر وتكون مجهزة بمشغل الموسيقى MP3 وملفات AAC والراديو، وذاكرة إضافية. إضافة إلى الهواتف الذكية.

زيادة على ذلك تصنف الهواتف النقالة على حسب التطبيقات الخاصة مثل الألعاب والموسيقى إضافة إلى الثمن.

وقد قامت منظمة GSM بإطلاق برنامج يسمى السوق الناشئة للهواتف EHMP (Emerging Handsets Market Program)، يهدف إلى إنتاج أجهزة يقل ثمنها عن 30 دولار، موجهة بالأساس

[41] - Pei Zheng, Lionel Ni, OP.cit. p :33.

*wifi هو شبكة لا سلكية تستخدم موجات الراديو لتوفير انترنت لاسلكي عالي السرعة وهي اختصار ل Wireless Fidelity.

لتنمية السوق في إفريقيا، الهند وجزء من الشرق الأقصى ومناطق أخرى من العالم، وكانت [MOTOROLA] أول شركة تنتج أرضية منخفضة التكاليف مؤيدة لبرنامج EHMP يسمى C114[42].

وعليه فقد أصبح جهاز النقال أصغر وأخف وزنا، إلا أنه بات أكثر قوة وتطورا، ويتيح القيام بمجموعة كبيرة من التطبيقات المختلفة، وتميل تطورات هذا الجهاز إلى جعله حاسوب PDA بإمكانيات الهاتف وتستهدف بشكل أساسي سوق الأعمال، ومن بين الشركات التي تسعى إلى ذلك [PalmOne]، [Toshiba] و[HP].

3. صانعي المحتوى وأنظمة التشغيل OS (Operating System):

أنظمة التشغيل عبارة عن منصة برمجيات تسمى برامج التطبيق، يمكن تشغيلها على الأجهزة النقالة كالهواتف النقالة، الهواتف الذكية، المساعدات الشخصية والكمبيوترات المحمولة[43]. **و**يتمثل أهم مزودي أنظمة التشغيل للهواتف النقالة والذكية في الشركات التالية:

- **Symbian OS:**

ظهرت هذه المؤسسة سنة 1998م من خلال عقد شراكة بين شركات [Ericson]، [Nokia]، [Motorola] بالإضافة إلى [Psion][44] من أجل تطوير أنظمة للأجهزة النقالة تكون متاحة للمصنعين وفق اتفاقيات محددة، ووصل عدد الأجهزة المصنعة من قبل [Symbian] سنة 2004م إلى 25 مليون[45]جهاز. وتوفر خدمات SMS، MMS، القائمة على معايير 3GPP ، كما تمنح خدمات المذكرة، خدمات المساعدة وجدول البيانات.

- **PalmOS:**

تأسست سنة 1992م وطورت من طرف [Palm] و[INC]. وأطلق أول منتج لهذه الشركة منتصف التسعينيات يحمل اسم Pilots[46]، واستمرت الشركة في تطوير خدماتها حيث كانت تدعم الشاشات الملونة

[42] -- Tony Wakefield et al, OP.cit. p :51.
[43] - www.webopedia.com

[44] - Pei Zheng, Lionel Ni, OP.cit. p :34.
[45] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p : 389.

[46] - Ibid. p : 391.

وخدمات الاتصال. وانقسمت هذه المؤسسة سنة 2003م إلى فرعين [PalmOne] تنتج الأجهزة المادية hardware، و [Palm Source] مسئولة عن Palm OS[47].

➢ Microsoft Windows Mobile :

توفر خدمات النقال قائمة على نظام Microsoft Win 32API، وهي مخصصة للهواتف الذكية windows smart phone based platform[48]، وفي سنة 2005م طرحت هذه المؤسسة جهاز Windows Mobile5.0 يسمى Magento ويوفر 32 ميغابايت من الذاكرة ROM و 64 ميغابايت ذاكرة RAM، كما يعمل على شبكات G3 و WIFI ويدعم التكنولوجيا الجديدة المتمثلة في الاتصال بالفيديو أو مكالمات الفيديو، كما يحمل نظام Windows Media Player 10 مدمج[49].

وقد تحول اسم الشركة [Windows Phone] وتم طرح Windows Phone 7، ويشار له أيضا بـWin Pho7 يستهدف بشكل أكبر السوق الاستهلاكية أكثر من سوق الشركات أو الأعمال، ويمنح خدمات الانترنت من خلال المتصفح internet explorer 9، وقد تم تحسين هذا النظام وأطلق نظام Windows Phone 7.5 المسمى Mango الذي يعتبر أول تحديث رئيسي، والذي توقع أن يضيف أكثر من 500 ميزة جديدة للهواتف الذكية، إذ يحوي إمكانيات البريد الصوتي، الربط بشبكةfacebook، و Messenger، إمكانيات مشاركة ملفات Microsoft Office، SMS، MMS كما يحوي محرك البحث Bing الذي اطلق سنة 2009م، وسيصنع هذا الجهاز انطلاقا من جويلية 2011م[50].

➢ RIM (Research In Motion) :

وهي مخصصة لأجهزة البلا كبيري black berry، التي تستخدم نظام Java-based وهي الأجهزة التي نقلت خدمات المكتبية للموبايل، وهي قادرة على الاشتغال مع كل شبكات TDMA، CDMA

---

47 - Pei Zheng, Lionel Ni, OP.cit. p :34

48- Brian Fling, **Mobile Design and Development**, (U.S.A, O'Reilly Media, 2009), p : 21.

49 - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :388.

50 -www.webopedia.com

و GSM وتستخدم HTML، WML (Wireless Markup Language) و C–HTML (HTML–Compact) .

وتعتبر الشركات السابقة الذكر هي قائدة سوق الهواتف النقالة بالإضافة إلى شركة [Apple] بمنتجاتها iPhone التي تستخدم برنامج Mac OSX بالإضافة إلى أجهزة IPod[51].

كما يعرف سوق النقال وجود عدد من صانعي المحتوى مثل Java Micro Edition(java me) و LIMO التي تمنح خدمات الانترنت من خلال نطاق المتصفح webKit. أما أنظمة التشغيل فإضافة إلى [Symbian OS]،[Palm OS] و [Windows Mobile] هناك أنظمة [Linux]،[Mac OSX] و [Android] .

[51] - Brian Fling, OP.cit. p :21.

III. كيفية عمل الهاتف النقال :

يعتمد الهاتف النقال على نظام الخلية الذي يقوم على مبدأ استغلال موجات الراديو المتاحة في الفضاء من طرف عدة مستخدمين في نفس الوقت وبدون حدوث أي تداخل أو عقبات أثناء الاتصال[52]، وهو ما يعرف بالنظام الخلوي أو نظام الخلية، ويقتضي هذا النظام تقسيم المنطقة إلى مجموعة من الخلايا سداسية الشكل بحيث تزداد مساحة الخلية كلما قلت الكثافة السكانية، وتتضمن كل خلية محطة مركزية (أو قاعدية) BTS (Base Transceiver Station)، تتكون من برج وغرفة خاصة بتجهيزات الراديو حيث تقوم بتوزيع الموجات وإيصالها إلى المحطات المتنقلة (أجهزة الاستقبال) الموجودة داخل الخلية عن طريق مكتب مقسم الهاتف –ويسمى كذلك مركز التبديل– (Mobile Telephone Switching Office)، بحيث يحمل كل جهاز هاتف نقال شفرة خاصة به تستخدم للتعريف به وبمالكه ومزود الخدمة، تكون متضمنة في شريحة SIM (Subscriber Identity Module)[53]، التي هي عبارة عن بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين صغيرة جدا ودقيقة، ووحدة معالجة تخزن فيها بيانات المستخدم للاتصال بالآخرين[54]، اذ بمجرد وصول معلومات الشريحة المتصلة الى المحطة القاعدية، تقوم الاخيرة بإرسالها الى مركز التبديل. يحتفظ المركز باستمرار بسجل آخر موقع مسجل للشريحة، وضمن دائرة أي محطة قاعدية، بحيث يحول أي اشارة –صوتية أو نصية أو متعددة الوسائط– الى الموقع ذاته. فعندما يطلب شخص الاتصال يحوّل طلبه الى بوابة مراكز التبديل، وتنقل البوابة الطلب الى مركز التبديل المسجَّل ضمنه موقع الرقم المطلوب، ويحيله المركز الى أقرب محطة قاعدية للهاتف المطلوب، وفي نهاية الدائرة يتم وصل الهاتفين عبر الشبكة[55]. وفي حالة انتقال مستخدم النقال من خلية إلى أخرى أثناء الاتصال فان مكتب مقسم الهاتف المتحرك –أو مركز التبديل– يقوم بإعلام هاتفه عن تغيير في الترددات التي كان المتصل يعمل عليها، وأنه أصبح تابعا للخلية الجديدة.

---

[52] - Gwenael Le Bodic,OP.cit. p :03

[53] -Gunnar Heine, Holger Sagkob, **GPRS : Gateway to Third Generation Mobile Networks**, (London, Artech House, 2003), p : 08.

[54]- صادق عباس مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص:293.

[55]-سعد بن محارب المحارب، **الاعلام الجديد في السعودية**، (ط01، الكويت، جداول للنشر والتوزيع، 2011)، ص:72.

IV. خدمات الهاتف النقال:

إن التقدم الكبير الذي أحرزته تكنولوجيا الهواتف النقالة الناتجة عن تنافس المصنعين من جهة وتنافس صانعي المحتوى من جهة أخرى أدى إلى توسيع أرضية التطبيقات والخدمات المتاحة عبر الهواتف النقالة التي تدرجت من البسيط إلى الأكثر تعقيدا، ومن أهم هذه الخدمات والتطبيقات التي تلقى رواجا واستخداما كبيرا ما يلي:

1. الرسائل القصيرة SMS:

ظهرت خدمة SMS مع G2 من شبكات النقال وجذبت اهتمام الكثير من المستخدمين نظرا لسعرها المنخفض. والرسائل القصيرة عبارة عن نظام يسمح بتبادل الرسائل النصية القصيرة وذلك في حدود 160 رمز فقط (ما أدى إلى ظهور ما يسمى باللغة المختصرة) وظهرت هذه الخدمة لأول مرة ضمن نظام GSM حيث تم تحويل أول رسالة قصيرة سنة 1992 من طرف [Neil Papworth] من مجموعة [sima group] من كمبيوتر شخصي إلى [Richard Jarvis] من شركة [Vodafone] وكانت هي أول رسالة قصيرة تجارية[56]. وقد تطورت هذه الخدمة وأصبحت منتشرة بشكل واسع في أواخر التسعينيات وعرفت العديد من التطورات أهمها EMS(Enhanced Messaging Service)[57] الذي يسمح للمشتركين بتبادل رسائل نصية طويلة المحتوى، أغاني، صور، رسوم...الخ، وأصبح هناك ما يعرف بالرسائل الذكية ngsmart messagi، التي أطلقت من طرف شركة [nokia] وهي خدمة خاصة تسمح بتبادل أشياء مختلفة عبر الرسائل القصيرة ويتضمن هذا تحويل عوامل تهيئة الانترنت، بطاقات الأعمال business card ...الخ بالإضافة إلى خدمة الرسائل المصورة picture messaging .

وتجدر الإشارة إلى وجود أنظمة أخرى للتراسل عبر النقال غير SMS مثل نظام skymail، shortmil، i-mode، RIM وجميعها تستخدم نظام التخزين والإرسال (store and forward) وبروتوكولات الانترنت TCP/IP بحيث يتم إرسال الرسالة من محطة النقال إلى مركز خدمة الرسائل القصيرة الذي

[56]-المرجع السابق، ص:295.

[57] - Gwenael Le Bodic,OP.cit. p :24.

يقوم بدوره بإرسال الرسائل إلى محطة الهاتف النقال المرسلة إليها وخلال إرسال الرسالة ترسل محطة الهاتف تأكيد لمركز الرسائل القصيرة بان الرسالة وصلت[58].

وتنقسم الرسائل النصية القصيرة من ناحية تقنية الى نوعين:

الأول SMSBC أي بث الخلية، حيث تبث المحطة القاعدية رسالة ضمن الخلية التي تغطيها، لجميع الهواتف التي تمر عبرها، ويستخدم هذا النوع لخدمات الاعلان ونحو ذلك. والثاني SMSPP من نقطة الى نقطة، حيث يتم ارسال الرسالة من النقال الى مثله، أو من حاسب آلي الى النقال، أو العكس[59].

2. رسائل الوسائط المتعددة MMS:

اقترحت هذه الخدمة من طرف برنامج شركاء الجيل الثالث للهاتف الخلوي 3GPP ومنتدى WAP (Wireless Application Protocol) حيث قاموا بتقديم نظام رسائل جديد مدعوم من طرف شبكات G2، G2.5 و G3 يسمى نظام الرسائل متعددة الوسائط، وهو يسمح بتبادل هذا النوع من الرسائل من شخص إلى آخر أو من جهاز إلى آخر.

ويعتبر [Telenor] أول متعامل وفر خدمة mms في أوروبا ، كان ذلك في مارس 2002م تبعه [D2Vodafone] في افريل من نفس السنة و[T–KU Mobile] و[Italia Mobile Telecom] شهر ماي، [Swisscom] في جوان ثم [T–Mobile Austria/Germany] ,[Telia]، [Telephonica [Moviles , [mmo vodafone UK2] نهاية سنة 2002م[60] .

وتمتاز MMS عن SMS في أنها تتكون من عناصر متعددة تجمع بين النص، الصور، الرسوم، الصوت...الخ وتتوافق مع خدمة البريد الالكتروني كما يمكن أن تستقبل من خلال شبكة الانترنت كما تتيح إمكانيات الإيصال، الحفظ والإشعار سواء داخل شبكة واحدة أو عدة شبكات توزيع ويتم الاتصال بين الشبكات من خلال بروتوكولات الانترنت وبروتوكولات الوصول للرسائل.

وبالنسبة لسيرورة انتقال رسائل MMS فإنها تستقبل من طرف مركز رسائل الوسائط المتعددة MMSC الذي يقوم بتخزين ومعالجة الرسائل المرسلة والمستقبلة وإيصالها إلى المستقبل.

---

[58] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :288.

[59]- سعد بن محارب المحارب، المرجع السابق، ص:77.

[60] - - Gwenael Le Bodic,OP.cit. p :199.

3. تطبيقات التصوير:

ظهر أول جهاز تجاري يحمل كاميرا تصوير في اليابان تحت اسم J–SH04، الذي تم تطويره من طرف شركة [شارب] اليابانية وأطلق عليه وقتها Sha–Mail وهي تعني picture–mail، وتم تسويقه عام 1999م بواسطة J–Phone ثم في و.م.ا عام 2002م لتنتشر هذه التكنولوجيا فيما بعد في العالم بأسره.

وقد ظهرت هذه التقنية بناءا على فكرة كاميرا الشريحة CAMERA ON A CHIP التي تطورت بداية التسعينيات في معامل JPL(Jet Propulsion Laboratory) التابعة للناسا، ليتم انجاز أول كاميرا من هذا النوع سنة 1997م بواسطة فيليب كان [Philippe Kahn][61]، الذي صور لحظة ميلاد ابنته بكاميرا مدمجة في هاتف موتورولا. وتطورت الهواتف المزودة بكاميرات التصوير بشكل كبير وزادت قوة هذه الأخيرة ودقتها (التي تقاس بالبيكسال)، وهي التقنية التي سمحت للأفراد بالتقاط الكثير من الصور وتسجيل مقاطع الفيديو التي تؤرخ لمراحل حياتهم وبالتالي زادت من متعتهم وفي نفس الوقت أصبحت تقنية الكاميرا تستخدم في كافة المجالات والأنشطة .

4. خدمات نقل البيانات:

أصبحت الهواتف النقالة مجهزة بالعديد من التقنيات التي تسمح بتبادل المعلومات والبيانات بين الأجهزة ومعظم هذه التقنيات لاسلكية، يمكن إيجاز أهمها في الآتي :

- **U.S.B (Universal Serial Bus) :**

جاءت فكرة U.S.B من طرف شركة IT بهدف توفير طرق تسمح بعمليات التوصيل والتشغيل ، وتوجد نسختين من U.S.B نسخة 1.0 وهي تدعم البيانات في حدود 1.5 ميغابايت في الثانية كسرعة منخفضة و 12 ميغابايت في الثانية كسرعة كاملة.

---

[61]- صادق عباس مصطفى ، مرجع سابق، ص: 315.

نسخة 2.0 التي توفر 480 ميغابايت في الثانية كسرعة عالية[62] . وقد تم تطوير هذه الخدمة ودمجها في الهواتف النقالة حتى يتم السماح بربطها بأجهزة الكترونية أخرى على غرار الكمبيوتر ومشغل الموسيقى MP3, MP4...الخ، ويتم الربط عن طريق أسلاك أو كوابل تثبت عند مدخل U.S.B في كل جهاز.

➢ **IrDA(Infra Red Data Association) :**

تعتبر خدمة الاتصال عن طريق الأشعة تحت الحمراء أول تكنولوجيا قضت على الأسلاك في الربط بين الأجهزة الالكترونية وتقوم معايير IrDA على الاتصال عبر الإشعاعات تحت الحمراء غير المرئية بموجة يصل طولها إلى 875 نانومتر[63]، وتقدم الاتصال في اتجاه واحد أي من نقطة إلى نقطة . وقد قامت IrDA بتكييف هذه الخدمة مع أجهزة الموبايل وأطلقت عليها اسم IrMC(Infra Red For Mobile Comminications). نطاق اتصال IrMC محدود ولا يتجاوز 01 متر وعادة ما يكون الاتصال الأمثل ما بين 50 و60 سم ، ولربط الاتصال بين جهازين لابد أن يكونا قريبين وبدون حواجز بينهما.

➢ **البلوتوث Bluetooth :**

البلوتوث عبارة عن معيار اتصالات خاص بالاتصالات قصيرة المدى يهدف إلى ربط الأجهزة الالكترونية ببعضها البعض بطريقة لاسلكية وقد جاء كبديل ل U.S.B و IrDA .

بدأت الأبحاث حول تقنية البلوتوث لأول مرة لدى شركة [Ericson] لتتبعها فيما بعد عدة شركات حيث عقدت اتفاقية بين كل من [Nokia], [ABM], [Ericson], [Entel] و [Toshiba] سنة 1998م أُنشأ بموجبها ما يسمى بالمجموعة الخاصة بدعم البلوتوث The Bluetooth SIG (The Bluetooth Special Interest Group)[64]، من أجل تطوير هذه التكنولوجيا وإكمال معاييرها، وتعود تسمية البلوتوث إلى أحد الملوك الإسكندينافيين المدعو **هارولد بلوتوث** والذي عاش خلال القرن 10 م وقام بتوحيد الدنمارك وأنحاء من النرويج في مملكة واحدة، وقامت إدارة إريكسون بنصب تمثال لهذا الملك في

[62] - Tony Wakefield et al, OP.cit. p :373.

[63] -Ibid. p : 371.

[64]- جريدة الخبر(يومية)، الجزائر ، العدد 5213، 09.01.2008، ص: 10.

مركز الشركة بلندن لتعميق دلالات إطلاق اسمه على التكنولوجيا الجديدة، والمعنى من ذلك أنه كما حكم بلوتوث بلدين بعيدين عن بعضهما البعض، فإن التكنولوجيا القادمة ستدير أجهزة لا علاقة بينها.

البلوتوث عبارة عن تكنولوجيا يتم تصميمها في رقاقة الكترونية تثبت في الأجهزة الالكترونية مثل الهواتف النقالة، الكمبيوترات المحمولة، المساعد الرقمي الشخصي وغيرها، وتستخدم هذه التكنولوجيا موجات الراديو بتردد GHZ2.4 بأكثر من 70 قناة[65]. ويكون الاتصال في حدود 10م أما بالنسبة للأجهزة المتطورة فتصل مسافة الاتصال إلى أكثر من 100م. وبدأ البلوتوث مع نسخة 1.0 التي كانت عرضة للخطأ ثم تم التخلي عنها مع نسخة 1.1 ونسخة 1.2 التي تسمح بمعدلات تحويل بيانات مختلفة، ومع بلوتوث 2.0 ارتفع معدل تحويل البيانات إلى 3 ميغابايت في الثانية وسيتم في المستقبل دمج البلوتوث مع تكنولوجيا UWB (Ultra Wide Band) ما يسمح بتوفير معدل بيانات 400 ميغابايت في الثانية[66].

وهناك نظامين للبلوتوث:

GAP(Generic Access Profile) : يعمل على إيجاد الأجهزة المزودة بخدمة البلوتوث ويتضمن وظائف تثبيت اتصال البلوتوث بالإضافة إلى الخدمات الأمنية أو الحماية.

SDAP(Service Discovery Application Profile) : ويستخدم من طرف الجهاز المزود بالبلوتوث لاكتشاف الخدمات المقدمة من طرف أجهزة البلوتوث البعيدة.

5. تطبيقات الواب:

يتم تزويد أجهزة النقال بالانترنت عن طريق خدمة WAP(Wireless Application Protocol) وهو عبارة عن مجموعة معايير تصف عملية الحصول على المعلومات من شبكة الانترنت باستخدام الخلوي[67]، حيث يحول صفحات الانترنت المصممة للكمبيوتر إلى شكل يناسب شاشات الهواتف النقالة، وبالتالي سمحت هذه التقنية بإمكانية بث البيانات ودخول مستخدمي النقال إلى مواقع المعلومات والتطبيقات بسهولة .

[65] - Ibid. p : 374.
[66] - Frank H.P. Fitzek, Frank Reichert, OP.cit. pp : 11-12.

[67]- مجد هاشم الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص: 276.

وقد تم تطوير بروتوكول WAP عام 1997م عندما اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المتحرك، وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وايريكسون بالإضافة إلى شركة فوت دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين Planet Unwired بغرض ربط أهم شبكتين في العالم، شبكات الهاتف النقال وشبكة الانترنت، فيستفيد المستخدم من خاصية المتحرك مما تقدم الانترنت من خدمات ومعلومات[68]، تجدر الإشارة إلى أن WAP يقدم قراءة لصفحات الويب مجردة من كل مستوى للوسائط المتعددة ويستخدم في ذلك لغة WML (Wireless Markup Language)، ويسمح بتوفير تطبيقات الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، التصفح، التجارة المتحركة، توزيع الأعمال، تحديد مواقع المركبات ونقل الملفات، وبدأت العديد من الشركات في التنافس حول عرض محتواها عبر شاشات الهواتف النقالة مثل google، yahoo، america on line، microsoft وغيرها.

وجاء أول الهواتف المدعومة بتقنية WAP من شركة [MOTOROLA] التي طرحت سنة 2000م هاتفها الجديد Timeport P7389[69].

6. تطبيقات التسلية:

تتيح أجهزة الهاتف النقال العديد من خدمات التسلية متمثلة أساسا في: الألعاب حيث باتت معظم الأجهزة عبارة عن محطات مصغرة للألعاب الالكترونية وتعتبر بمثابة طريقة سهلة وبسيطة لصنع تجربة مغامرة، غير أن بعض هذه الألعاب يكون مكلفا خاصة في حالة تم تطويرها تحت الاسم الأصلي أو اللعبة الأصلية للصانعين، كما أن بعض هذه الألعاب لا يمكن تحويلها بسهولة إلى WAP النقال، لكن تبقى بديلا محمولا لممارسة هذه الألعاب مع الآخرين في أي مكان.

إضافة إلى تطبيقات الألعاب هناك تطبيقات الموسيقى حيث تكون الأجهزة مجهزة بمشغل الموسيقى الخاص بالنقال MP3، MPL وملفات AAC والراديو FM ومسجل رقمي.

كما باتت تتيح الهواتف النقالة خدمات الترجمة الفورية، مشاهدة الأفلام السينمائية، حفظ المذكرات، التلفزيون النقال، الرنات...الخ.

[68]- صادق عباس مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص:306.
[69]-مجد هاشم الهاشمي، المرجع السابق، ص:276.

7. استخدامات الهاتف النقال:

النقال اليوم هو وسيلة الاتصال الأولى داخل مجتمعات القرن الواحد والعشرين، إذ أصبح البديل في التفاعل مع الأفراد والجماعات، نظرا لميزاته التي تربط الفرد بالآخر من دون حواجز ولا عوائق (باستثناء بعض عوائق التغطية الشبكية)، فأصبح يحل محل الزيارات والمواجهات المباشرة بين الناس، لذا شاع استخدامه كثيرا في هذا الإطار، أو ما يمكن أن نطلق عليه مجال العلاقات الاجتماعية.

فكثرة استهلاك النقال جعل الأفراد يتجهون إلى بناء علاقاتهم الاجتماعية مع الآخر والبقاء على اتصال دائم به من خلال هذا الجهاز، فهو الوسيلة التي تسمح بالاطمئنان على الأهل وإرسال الرسائل –على اختلاف أنواعها ومضامينها– كما تسمح بالتواصل الدائم بين أفراد الأسرة والأصدقاء، بل تعدى الأمر ذلك إلى أن أصبح النقال وسيلة للتواصل مع الجنس الآخر، وإقامة العلاقات العاطفية التي قد تتوج بالزواج (كما قد لا تتوج بشيء)، وبالتالي فإن آليات ربط أو تقوية العلاقات الاجتماعية تغيرت، فبعد أن كان السبيل إلى ذلك الاتصال المباشر وجها لوجه أو عن طريق التراسل بالبريد العادي، تغيرت الأوضاع وأصبح الأمر يتم الكترونيا بواسطة منتجات التكنولوجيا التي من بينها الهاتف النقال، والذي يستخدم بكثرة في هذا الإطار، حسب ما أكدته الدراسات . فالاتصال اليوم عن طريق الهاتف النقال يتم إما صوتيا أو عن طريق الرسائل القصيرة النصية أو المصورة أو ذات الوسائط المتعددة وحتى الاتصال بالصوت والصورة، بالإضافة إلى خدمات البريد الالكتروني والربط بمواقع التواصل الاجتماعي من خلال الانترنت ، هذا الأخير جعل التنافس يشتد بين شركات الانترنت مثل [yahoo] و [google] التي تحاول تطوير تطبيقات جوالة مصممة للعمل على أجهزة النقال ، تهدف بالأساس إلى تسهيل الوصول إلى المعلومات والبيانات، ومن أمثلة ذلك طرح شركة yahoo خدماتها مثل خدمة yahoo onesearch و yahoo GO2[70] واللذين يسمحان بالحصول على معلومات محلية من خلال الهاتف النقال تتعلق بالمحلات والمطاعم وخرائط المدن والأخبار وحالة الطقس...الخ.

ثم إن التطورات التي لحقت الهاتف النقال كتكنولوجيا جديدة أدخلت عليها العديد من المستحدثات، ومع انتشار ما يسمى بالهواتف الذكية التي باتت متصلة بشبكة الانترنت أصبح استخدام هذه الأخيرة لا يتوقف عند مجرد الاتصال العادي بالغير، بل إن هذا التطور وسع من وظيفة النقال وحوله إلى مكتب متنقل تنجز من خلاله الأعمال ، بفضل هذه الخاصية أصبحت ممارسة أعمال التجارة

[70]-صادق عباس مصطفى، مرجع سابق، ص:317.

بواسطة النقال أمرا متيسرا في إطار ما يسمى بالتجارة الالكترونية، ويشمل ذلك تبادل الأموال وعمليات الشراء والبيع والاتصال بالأسواق العالمية ، ويجري حاليا استخدام الهواتف النقالة بشكل متزايد كأدوات للتجارة وبالتالي تقييمها من قبل مديري تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يدفع الشركات المصنعة والبائعة إلى تقديم أجهزة عملية قادرة على تلبية متطلبات الشركات ورجال المال والأعمال خاصة خلال السفر والترحال.

كما يستخدم النقال من طرف الجهات المصرفية في التواصل مع العملاء والسماح لهم بالإطلاع على حساباتهم، وتتبع حركة أموالهم، ومن أمثلة ذلك فإن مصرف [CITIBANK] الأمريكي يسمح لزبائنه بتصفح حساباتهم ودفع الفواتير وتحويل مبالغ مالية والبحث عن أقرب آلات سحب النقود من الهواتف المتحركة، ويطلب [CITIBANK] للدخول إليه عن طريق الموبايل شفرة معينة ويعمل وفق نظام مشفر ويمكن تعطيل الخدمة مباشرة إذا فقد الهاتف النقال أو سرق[71].

وبالاستمرار في المجال التجاري نجد أن الهاتف النقال بات إحدى وسائل الترويج والإعلان ، ذلك من خلال إرسال الرسائل التي تروج للسلع أو الخدمات سواء كانت هذه الرسائل نصية أو متحركة عن طريق الانترنت، ويتطلب ذلك أن يكون الهاتف مزود ببرامج متخصصة، بالتالي فإن النقال يعد اليوم منبرا للتسويق وتوزيع المحتوى الإعلاني الأمر الذي أنتج ما يسمى بالتسويق المتحرك [MOBILE MARKETING]، إلا أن هذه الخدمة ليست منتشرة بكثرة نظرا للقصور الذي تسجله تكنولوجيا الانترنت المتحرك، بما يجعلها مرنة وملائمة لهذا النوع من الاستخدامات، وتجري حاليا عمليات تطوير هذه التكنولوجيا من طرف مشغلي خدمات الهاتف النقال، بما يسمح بجعلها عملية مرنة ما من شأنه أن يؤدي في المستقبل إلى فرض معادلة جديدة لتوجيه سلوكيات التسوق.

ولقد بات الهاتف النقال اليوم يشكل هدفا للكثير من المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت، التي اتخذت منه منفذا لتصريف محتوياتها للجمهور، فأصبح بإمكان الفرد أن يحصل على أخر أخبار وكالات الأنباء والصحف اليومية، وكذا القنوات التلفزيونية من خلال الرسائل القصيرة أو رسائل الوسائط المتعددة وعادة ما تصنف هذه الرسائل أو الأخبار في مجموعات تحمل عدة عناوين كالمال، السياسة، الرياضة، الجمال، المجتمع..الخ ويتلقى المشترك الأخبار التي تهمه والتي يحددها بدوره أثناء اشتراكه ومن أمثلة الوسائل الإعلامية التي تمنح هذه الخدمات [CNN، FOX NEWS، ABC، BBC، NEWYORK

[71]-المرجع السابق، ص: 299.

TIMES، USA TODAY، الجزيرة، العربية، LBC ...الخ] وفي الوطن العربي توجد شركات تتخصص في بث الأخبار عبر الهاتف النقال مثل انفوتوسيل.كوم ، وعرفت سنة 2004م إطلاق شركة كورية لأول خدمة بث فيديو لمستخدمي النقال [video based news content service for mobile users] وفي 20 افريل 2006م أطلقت شركة Cgogo Technology CO.LTD أول جريدة على المحمول في الصين في مدينة بكين[72]. كما تظهر التطبيقات الإعلامية للنقال من خلال محطات التلفزيون التي تتيح للجمهور إمكانية التواصل عن طريق الرسائل القصيرة، التي تظهر على الشاشة وتحمل مضامين متعددة، وكثيرا ما تسمح للأشخاص بالتعرف على بعضهم البعض وربط علاقات فيما بينهم، كما يتم استغلال خدمة الرسائل القصيرة في عمليات التصويت والاستفتاءات التي تنظمها بعض القنوات الفضائية، وهي العملية التي ترجع بمداخيل كبيرة لهذه القنوات وفي الوقت نفسه تستنزف الكثير من أموال المشاهدين.

وبالإضافة إلى ذلك أصبح الهاتف النقال يمارس دورا إعلاميا مهما لا يمكن إغفاله بفضل تكنولوجيا

الكاميرا، التي سمحت بالتقاط الملايين من الصور والفيديوهات، التي يتم تبادلها يوميا بين الناس في جميع أنحاء العالم، وبعض هذه الصور والمشاهد تعجز كاميرات الإعلام التقليدي عن الوصول إليها، مما دفع بهذا الأخير إلى التوجه نحو الاعتماد على ما تلتقطه كاميرا النقال ، فالمراقب للتغطيات الإعلامية للأحداث التي شهدها الوطن العربي منذ بداية سنة 2011م يجد أن معظم الصور ومقاطع الفيديو المستند عليها تم التقاطها بواسطة النقال، ورغم الحصار والتعتيم الإعلامي الذي كان مفروضا من قبل الحكومات، إلا أن هذا الجهاز استطاع كسر الحواجز، ونقل ما يحدث في الداخل الممنوع الوصول إليه إلى العالم بأسره، ويتجه في هذا المقام العديد من المراقبين إلى اعتبار أن الهاتف النقال شكل شاشة جديدة هي التي ساهمت في تصعيد ونشر الأحداث وانتقالها إلى أكثر من قطر عربي ، بالإضافة إلى ذلك فإن بعض صور النقال باتت تؤرخ لأحداث مهمة بعضها خطير مثل مشاهد إعدام الرئيس العراقي [صدام حسين] وآخرها مشاهد اعتقال العقيد الليبي [معمر القذافي] والتنكيل به وقتله، وهو ما يعكس ملامح نظام إعلامي جديد أصبح في متناول الجميع، وبإمكان أي كان ممارسته، وهو الإعلام الذي تطلق عليه الأدبيات اسم صحافة المواطن citizen journalism.

ويتعدى استخدام الهاتف النقال المجالات السابقة إلى مجالات أخرى عدة، إذ يستخدم في المجال الصحي، حيث طورت نماذج لتقنيات الاتصال النقال خاصة بالأطباء ونظم الرعاية الصحية خاصة أثناء

[72]-محمود علم الدين، **الصحافة الالكترونية**، (ط1، القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع، 2008)، ص:172.

تنقلاتهم وزياراتهم الميدانية للمرضى حيث تتبادل المعلومات ونتائج الفحوصات مع المراكز الصحية وزملاء المهنة[73] .

بالإضافة إلى استخدامه التعليمي كوسيلة للإرشاد والتعليم الموازي خارج إطار المدرسة الرسمية، كما بات إحدى الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسات التي تعنى بالصحة والأمن والمجتمع في التوعية وإيصال الرسائل الإرشادية إلى شرائح واسعة من الناس. إضافة إلى استغلاله من طرف الحكومات في توعية مواطنيها وحثهم على أداء الواجبات الوطنية، وهو ما قامت به الحكومة الجزائرية مؤخرا، حيث عمدت إلى الترويج للانتخابات التشريعية، المقامة بتاريخ 10 ماي 2012م، عن طريق رسائل قصيرة تحث المواطنين على التوجه لصناديق الاقتراع، وكذا إعلامهم بمواعيد مراجعة القوائم الانتخابية وما إلى ذلك.

ويتم أيضا استغلال تطبيقات الهاتف النقال في المجال الأمني والوقائي وذلك من خلال تجهيزه بنظم خاصة لعمل الشرطة ، كما يستخدم في مراقبة حركة المرور وعمليات الإنقاذ في حالات الكوارث من خلال الاتصالات سواء مباشرة أو باستخدام تقنية تحديد المواقع.

[73]- فضيل دليو، **تاريخ وسائل الاتصال**، (د.ط، قسنطينة، الجزائر، Cirta Copy، 2006)، ص: 155.

VI. ايجابيات الهاتف النقال

غزو منتجات التكنولوجيا حياتنا اليومية أدى- بما لا يترك مجالا للشك- إلى جعل هذه الحياة أكثر بساطة وسهولة، فآثارها الايجابية –أي تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة – يمكن تلمسها في شتى القطاعات سواء الاقتصادية منها أو الاجتماعية أو السياسية...الخ، والنقال كأحد المخترعات المتداولة بشكل كبير من قبل أفراد المجتمعات المعلوماتية أو حتى تلك التي تحاول أن تصبح معلوماتية (نقصد بذلك الدول النامية التي تسعى إلى الانتقال من كونها مجتمعات تقليدية إلى مجتمعات معلوماتية وان كانت الخطوة تلقى العديد من العراقيل والصعوبات، خاصة ما تعلق منها بتحديات نقل التكنولوجيا ومجرد استهلاكها لا إنتاجها) ترك أثره على سلوكيات الفرد وطبيعة علاقاته مع الآخرين:

1. فالنقال حطم حواجز المكان والزمان وسمح للفرد بالاتصال بالآخرين بشكل سريع وفوري وبالتالي زيادة فرص الاتصال بالغير وسرعة تعميق العلاقات الاجتماعية.
2. كما أن طبيعته المتحركة ومصاحبته للفرد في كل مكان جعل منه مدخلا لإبقاء حبل التواصل مع الأسرة حتى خارج حدود المنزل مما يسمح بمتابعة الأبناء وقدرة الأبوين على ممارسة الضبط الاجتماعي، كما أتاح الاتصال الدائم مع الأهل والأصدقاء دون الحاجة إلى التنقل .
3. أصبح الهاتف النقال إحدى وسائل تقريب وجهات النظر والتعرف على الطرف الأخر خاصة في مجال العلاقات ما بين الجنسين، إذ بات يحتل حيزا معتبرا في العلاقات التي تسبق الزواج أو خلال فترات الخطوبة نظرا لطبيعته الفردية والسرية.
4. أتاح العديد من الأشكال التي يمكن أن يستغلها الفرد للتواصل مع غيره بحسب المناسبات والظروف، فالمكالمات الصوتية تمكننا من مخاطبة الآخر البعيد بشكل مباشر دون الحاجة إلى المواجهة وجها لوجه، كما أن خدمة الرسائل القصيرة وفرت مساحة للتعبير عن العواطف وما يختلج النفس بنوع من الراحة التي يفقدها الفرد في حالة الحديث المباشر، وأثبتت العديد من الدراسات أن الرسائل القصيرة تمثل الوسيلة الأكثر ملائمة لإرسال التهاني والمعايدات والبوح بالمشاعر والأحاسيس، فبفضل الهاتف النقال أصبح أمامنا العديد من الخيارات للتواصل مع غيرنا سواء عن طريق الصوت أو النصوص أو الصور وحتى مقاطع الفيديو.

5. تطبيقات النقال المتعددة أدت إلى خلق اهتمامات جديدة لدى مستخدميه تتعلق بالتقاط الصور ومقاطع الفيديو وتحميل الموسيقى وتسجيلها ومشاركة كل ذلك مع الأصدقاء والمقربين مما خلق نوع من الاتصال يقوم أساسا على تبادل هذا النوع من المعلومات وبالتالي خلق اهتمامات مشتركة مابين الأصدقاء من ناحية ونوع من المشاركة بين الأشخاص من ناحية أخرى ، ذلك أن هذا النوع من المواد ينتشر بين مجموعات واسعة من الأشخاص دون أن تربط بينهم أي علاقة فعلية وإنما تقتصر علاقاتهم على تشارك نفس المعلومات فقط.
6. بالإضافة إلى أن هذه التطبيقات سمحت للفرد بالتعبير عن نفسه وخلق عالم خاص به لا يحمل إلا ما يرغب فيه سواء تعلق ذلك بتهيئة الهاتف أو نوع الموسيقى المحملة أو الصور الملتقطة والتي تحفظ ذكريات الفرد وتؤرخ لبعض فترات حياته...الخ.
7. لقد تعدى الهاتف النقال بتطبيقاته وظيفته الأساسية من مجرد جهاز يستخدم للاتصال والتواصل مع الغير إلى جهاز يعيش فيه كل فرد حياته الخاصة، فأصبح مكتبا متنقلا تنجز من خلاله الأعمال وتتابع، وسجل يحفظ أسرار الفرد، ووسيلة لحفظ المعلومات وتسجيل المواعيد والتذكير بها، وآلة حاسبة ومنبه ...الخ

ويذهب [Tomi Ahonen] إلى اعتبار الهاتف النقال الوسيلة الجماهيرية السابعة ويرى أن هذه الوسيلة تتميز بخمس خصائص تجعل منها مختلفة عن باقي الوسائل الجماهيرية وأكثر فاعلية منها وتتمثل هذه الخصائص في[74]:

1.أن الهاتف النقال هو أول وسيلة جماهيرية شخصية تتيح التفاعل مع المعلومات بشكل فردي وشخصي.

2.أول وسيلة جماهيرية دائمة الاشتغال always on .

3.أول وسيلة جماهيرية تستعمل استعمالا مكثفا حيث أثبتت الدراسات انه من بين 10 أشخاص هناك 7 أشخاص يحملون هواتفهم النقال بشكل دائم حتى خلال النوم.

4.الوسيلة الأولى المزودة بخدمة الدفع المدمجة(بطاقات التعبئة).

[74] - Brian Fling, OP.cit. p :39.

5.أول وسيلة جماهيرية تمنح الدافع للإبداع من خلال التفنن في صناعة محتوياته وتصميمها والتقاط الصور والفيديو ...الخ.

VII. سلبيات الهاتف النقال:

بالرغم من ما أتاحه النقال من فرص للتواصل مع الغير وتقريب المسافات إلا أن استخدامه المتنامي وانتشاره المضطرد حمل معه انعكاسات سلبية على القيم والعلاقات الاجتماعية ، بعضها متأتي من طبيعة التكنولوجيا في حد ذاتها والبعض الآخر سببه سوء الاستهلاك من قبل الفرد:

1. يرى المختصون أن النقال وإن سهّل الاتصال بالآخرين وقرب المسافات إلا انه في نفس الوقت أدى إلى إضعاف العلاقات الاجتماعية وأفرغها من محتواها الإنساني، إذ ألغى مفاهيم الاشتياق وحرارة السلام أثناء اللقاءات وما إلى ذلك من السلوكيات، التي تعكس البعد الإنساني الذي يطبع علاقات أفراد المجتمع ببعضهم البعض.
2. أدى إلى تكريس الوحدة والعزلة الاجتماعية وزاد من درجة الاغتراب الاجتماعي، فالاندماج في استخدام الهاتف النقال يجعل الفرد ينسلخ عن الجماعة المحيطة به، ويدخل عالما منعزلا، وبالتالي انقطاع التواصل الاجتماعي وضعف العلاقات مع الآخرين، حيث أصبح الفرد يفضل الاستغراق في الاستماع للموسيقى أو الألعاب وتطبيقات النقال على التواصل مع المحيطين به، وهو ما أدى إلى ضعف العلاقات الأسرية واختفاء ثقافة الحوار ونكهة الجلسات الاجتماعية، وقد يسبب هذا الوضع العديد من المشاكل داخل الأسرة ويوسع الهوة القائمة ما بين الأبناء والآباء.
3. إلى جانب ذلك غير هذا الجهاز من طبيعة العلاقات القائمة بين أفراد الأسرة وسمح بالتحرر من الرقابة الأبوية وشيوع الكذب وخلق مشاكل جديدة للزوجين خاصة المتعلقة منها بالخيانة، وبالتالي فقد كان سببا في الكثير من حالات الطلاق .
4. أدى إلى اختصار حجم الصداقات والعلاقات في عدد محدد من الأفراد الذين يتم التواصل معهم هاتفيا بشكل مستمر، ما يعني تقليص حجم الاتصال المباشر وجها لوجه وعزز الاتصال الوسيلي الالكتروني.
5. أدى إلى تغيير منظومة القيم الاجتماعية، وسهّل العلاقات ما بين الجنسين وكسر الحواجز الأخلاقية، التي كانت قائمة ما أدى إلى حدوث انزلاقات في طبيعة العلاقات القائمة ما بين الجنسين، وأعاد صياغة قواعدها خاصة داخل المجتمعات المحافظة، كما أتاح طرقا مبتكرة للمعاكسات والمضايقات.

6. ساهم في تفشي سلوكيات سيئة داخل المجتمع كالغش في الامتحانات والترويج للصور ومقاطع الفيديو الإباحية وانتهاك خصوصيات الأفراد والابتزاز كما أصبح احد وسائل التصنت على المسؤولين ورجال المال والأعمال ونجوم المجتمع ويستخدم حتى في الجرائم والتفجيرات.
7. استخدام النقال في مجتمعاتنا العربية وبخلاف المجتمعات المتقدمة –التي تستخدمه بشكل عملي أكثر– يكون في إطار التباهي والغطرسة الاجتماعية لا غير، فانتشاره بشكل كبير أصبح يشكل ظاهرة اجتماعية فرضت نوعا من الضغوط الاقتصادية والثقافية والاجتماعية وحتى النفسية على الأفراد الأمر الذي يدفعهم إلى اقتناء هذه التكنولوجيا لمجرد الاندماج ضمن الجماعات التي تملكها بداعي التقليد أو مشاركة الرموز الاجتماعية ذاتها، مما يخلق حالة من الرضى النفسي والاجتماعي بمجرد إظهار هذا الجهاز في الأماكن العامة أو خلال المناسبات.
8. ساهم في ترسيخ قيم الرأسمالية القائمة أساسا على تشجيع الاستهلاك وتمجيد الخصوصية والأنماط الفردية فالهاتف النقال ألغى البعد الاشتراكي والاجتماعي الذي كان يمثله الهاتف الثابت واتجه بالأفراد أكثر نحو اكتساب قيم الأنانية على حساب قيم التفاعل الاجتماعي.
9. خلق تصنيف اقتصادي جديد لأفراد المجتمع قائم على أساس نوع الهاتف المملوك وقيمته المادية وخدماته وعدد الخطوط .
10. يعتبر النقال للأسف الشديد بالنسبة للفرد العربي مجرد وسيلة ترفيه وتسلية.
11. كثرة الإنفاق على النقال أحيانا دون وعي يؤدي إلى استنزاف الدخل الفردي والأسري، ويرى **إبراهيم الأخرس** أن كثرة الإنفاق على المحمول تؤدي إلى التأثير على رفاهية الأسرة واقتناء الحاجات الأساسية[75].
12. بالإضافة إلى ما سبق ذكره تشير العديد من الدراسات إلى أن استخدام الهاتف النقال ينطوي على العديد من المخاطر الصحية المتمثلة في الصداع وطنين الأذن، أمراض القلب، ارتفاع ضغط الدم والأورام السرطانية وذلك نتيجة للإشعاعات المنبعثة من الهاتف ومن محطات التقوية إذ أثبتت دراسات بريطانيا حديثة أن استعمال النقال لمدة طويلة يقلل من قدرة الإنسان على التركيز ويؤدي إلى الإرهاق والتصدع بالإضافة إلى أمراض القلب والمخ، وتوصلت دراسات أخرى إلى تسبب النقال في الإصابة بمرض الزهايمر والإجهاض لدى النساء . وبدأت تظهر المخاوف حول التأثيرات الصحية

[75]- إبراهيم الأخرس، **الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية**، (ط1، مصر، ايتراك للطباعة والنشر، 2008)، ص: 187.

للنقال انطلاقا من عام 1993م بعدما ادعى أمريكي في مقابلة تلفزيونية أن زوجته ماتت بسبب ورم في المخ نتيجة كثرة استعمالها للهاتف النقال، فانتشرت مخاوف مستعمليه ومنتجيه بسرعة فائقة[76]. إلا أن أهل الاختصاص والأطباء لازالوا غير متفقين حول الجزم بهذه الآثار، بسبب الافتقار للدليل القاطع، وأنه لابد من الانتظار سنوات أخرى حتى نستطيع تأكيد نتائج هذه الدراسات أو نفيها.

13. بالإضافة إلى الأضرار الصحية فان مخلفات الهواتف النقالة لها أضرارها أيضا على البيئة والمحيط، فطبيعة المواد المستخدمة في صناعة هذه الأجهزة تؤدي إلى التلوث وانتشار السموم، حيث ذكرت بعض الدراسات أن بطارية المحمول يمكن أن تلوث أكثر من 75م^3 من المياه، ويمكن أن تضر بالأطفال، إذا ما تم اللعب بها بعد انتهاء صلاحيتها [77]، لذا ينبغي التعامل بحذر مع نفايات الهواتف النقالة والتكنولوجيا بصفة عامة.

[76]- فضيل دليو، مرجع سابق، ص: 156.
[77]-ابراهيم الاخرس، المرجع السابق، ص:292.

VIII. الهاتف النقال في الجزائر:

1. قطاع الاتصالات والهاتف النقال في الجزائر:

اهتمت الجزائر منذ الاستقلال بقطاع الاتصالات الذي كانت تشرف عليه وزارة البريد والمواصلات التي تولت مسؤولية مد شبكات الهاتف الثابت عبر التراب الوطني، بهدف تسهيل الاتصالات والسعي لفك العزلة عن المناطق الريفية، كما عمدت إلى وضع كابلات دولية عبر الحدود مع بعض الدول الأوروبية، وهذا في الفترة الممتدة مابين 1970م إلى غاية 1979م، ومع بداية التسعي نيات انطلقت مبادرات عصرنة قطاع الاتصالات وفق التكنولوجيا الحديثة حيث تم إيصال 1600 مشترك بالهاتف الثابت بكثافة تقدر ب 5.4%[78]. وانطلاقا من سنة 1999م باشرت الدولة الجزائرية في إصلاحات عميقة مست قطاع البريد والمواصلات، وقد أفرزت عن سن قانون جديد للقطاع في أوت 2000م، وهو القانون الذي وضع حدا لاحتكار الدولة لنشاطات الاتصالات، وكرّس الفصل بين نشاطي التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات. وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا وماليا ومتعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية المتمثلة في مؤسسة **بريد الجزائر**، وثانيهما مختصة بالاتصالات ممثلة في **اتصالات الجزائر**[79]، التي تأسست بشكل رسمي سنة 2003م، وقد اهتمت هذه المؤسسة بتمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية، تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات الداخلية العامة والخاصة، إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات، وهي تملك عدة فروع : فرع اتصالات الجزائر الفضائية، اتصالات الجزائر للانترنت "**جواب**"، وموبيليس الخاصة بالهاتف النقال .

وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة بيعت في شهر جوان من عام 2001م رخصة إقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال، وبذلك بدأت استثمارات النقال في الجزائر، حيث تعرف سوق هذا الأخير وجود ثلاث متعاملين هم : **جيزي** التي حصلت على الترخيص سنة 2001م، **موبيليس** التي تأسست سنة 2003م كأحد فروع مؤسسة اتصالات الجزائر، **نجمة** التي دخلت إلى الجزائر سنة 2003م، وقدرت الإحصاءات أن عدد مستخدمي النقال في الجزائر حسب مؤشر الكثافة الهاتفية بالنسبة ل100 نسمة يصل إلى 72 314 270 أو ما يعادل نسبة 97.90% موزعة كالآتي: جيزي 857 108 14، موبيليس

---

[78]- صفاح امال فاطمة الزهراء، **استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية في اوساط طلبة جامعة مستغانم**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2010/2009، ص: 57.

[79] -www.algerietelecom.dz

7 703 689، نجمة 926 5218، في مقابل 603 687 3 بالنسبة للهاتف الثابت أي ما يعادل نسبة 13.35%[80].

واهتمت الجزائر بقطاع الاتصالات والتكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وفي هذا الإطار قامت بإطلاق مشروع **الجزائر الالكترونية**، الذي يهدف إلى تعميم استخدام NTIC في كافة القطاعات والمؤسسات وإيصال الانترنت وتقوية شبكات الاتصالات في كافة مناطق الوطن، وسعيا منها لاستكمال هذا المشروع وبناء اقتصاد رقمي قائم على المعرفة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال تعمل الجزائر حاليا على إطلاق رخصة الجيل الثالث، والذي يسمح لمتعاملي الهاتف النقال بتوفير الانترنت المتحرك السريع (HDM)، وهي التقنية التي تسمح بترقية خدمات الوسائط المتعددة والمبادلات عبر الشبكة، إلا أن هذه الخطوة تلاقي العديد من الصعوبات والعراقيل، يرجع سببها إلى ما حمله دفتر الشروط الخاص بالحصول على هذه الرخصة، حيث ينص على استمرار احتكار الدولة الوصول للانترنت، وأن شركة اتصالات الجزائر تشرع باستغلال شبكة للنطاق العريض تقوم على تكنولوجيا التطور البعيد المدى LTE(Long Term Evolution)، وهي التي ستسمح للمتعاملين الحاصلين على رخصة G3 باستغلالها وتسويق خدماتهم بصفة متعامل النقال الافتراضي، ما يعني في الوقت نفسه إقصاء المتعاملين الذين يستخدمون تكنولوجيا WiMax، وقد تم وضع جملة من المحددات التي سيتم على أساسها منح متعاملي الهاتف النقال رخصة G3 وتتمثل أساسا في : مدة بناء شبكة G3 ، تاريخ الشروع في بيع الخدمات ، التكنولوجيا المستخدمة بالإضافة إلى الاستثمارات السنوية خلال السنوات الخمس القادمة.

وقد أعلنت الحكومة أنه بمجرد حصول المتعامل على الرخصة سيشرع في استغلال نطاق تردد يقدر ب 30 MHZ بقوة 15 ×2 MHZ وتردد 2.1 GHZ وتدوم الرخصة لمدة 15 سنة، كما تقرر إلزام المتعاملين باستعمال شبكة الألياف البصرية التابعة لاتصالات الجزائر مع السماح لهم ببناء شبكات خاصة بهم، على أن تعود ملكية هذه الأخيرة للدولة في حالة مغادرة الشركة للجزائر مع إلزامهم بالاستمرار في استغلال شبكة GSM إلى غاية سنة 2016م، وتجدر الإشارة إلى أن سرعة التنزيل الأدنى على الشبكة الذي تقرر توفيره يقدر ب 384 كيلوبايت في الثانية وسرعة تحميل في حدود 128 كيلوبايت في الثانية إلى غاية سنة 2014م، قبل أن يتم رفعها إلى سرعة تحميل تقدر ب 384كيلوبايت في الثانية

[80] -www.mptic.dz

وسرعة تنزيل في حدود 1 ميغابايت في الثانية[81]. نظرا لهذه الشروط الموضوعة واستمرار احتكار الدولة لخدمة التزويد بالانترنت إضافة إلى ضعف هذه الأخيرة مقارنة مع القوة التي توفرها شبكات G3 في الدول الأخرى وارتفاع تكاليف الاشتراك والضرائب جعل متعاملي الهاتف النقال في الجزائر يتحفظون على المضي قدما نحو طلب رخصة G3 .

2. متعاملي النقال في الجزائر:

كما سبق وأن أشرنا من قبل فإن سوق الهاتف النقال في الجزائر يعرف وجود ثلاث متعاملين يحتكرونه حاليا ويتمثلون في :

- **جيزي Djezzy GSM**[82]:

هي مؤسسة تابعة لمجمع **اوراسكوم تيليكوم** الذي يملك عدة فروع في دول العالم على غرار الجزائر، مصر، تونس، باكستان، بنغلاديش، العراق، وزمبابوي بحوالي 50 مليون مشترك في العالم، وقد حصلت شركة جيزي على أول ترخيص لإنشاء شبكة الهاتف النقال في الجزائر في شهر جويلية من سنة 2001م، ليتم يوم 07 نوفمبر من السنة نفسها إطلاق ماركة Djezzy، والتي تجمع بين كلمتي "**الجزائر**" و"**جزاء**" وبدأت شركة جيزي في تشغيل شبكة GSM في 15 فيفري 2002م، حيث فتحت أول مركز اتصالات في الجزائر، لتصل سنة 2003م إلى تغطية كافة ولايات الوطن .

وقد عرف نشاط هذه الشركة عدة تطورات وإضافات، حيث قامت بإنشاء شبكة ألياف بصرية تربط مرسيليا بالعاصمة وعنابة على مسافة 1300كلم وكان ذلك في نوفمبر2003م، وقد سمحت هذه الشبكة بربط الاتصالات ما بين الجزائر وأوروبا وبقية الشبكات العالمية، كما سمح هذا النظام الذي دخل حيز الخدمة في ماي 2005م بإجراء الملايين من الاتصالات المتزامنة (صوت، بيانات..الخ)، كما قامت سنة 2005م بإطلاق RSGP و EDGE .

وتوفر جيزي لزبائنها العديد من الخدمات المتمثلة في: البطاقات مسبقة الدفع، خدمة امتياز "IMTIYAZ"، خدمة Credit SOS، flexy، RANATI، البريد الصوتي، الدردشة Djezzy chat، MMS، وفي سنة 2006م أطلقت خدمة البلاك بيري.

---

[81]- جريدة الشروق (يومية)، الجزائر، عدد 3435 ، 05.10.2011، ص: (بتصرف).

[82] -www.otalgerie.com

وتملك جيزي اليوم حوالي 70 مركز خدماتي عبر الوطن، ونسبة تغطية تصل إلى 93%، ووصل عدد مشتركيها إلى حوالي 14 مليون مشترك.

➢ **اتصالات الجزائر للهاتف النقال "موبيليس"**[83]:

هي شركة النقال العمومية الوحيدة في الجزائر تأسست سنة 2003م كأحد فروع مجمع اتصالات الجزائر التي تملكها بنسبة 100%. وضعت مؤسسة موبيليس لعملها شعار "**أينما كنتم**" وهو الشعار الذي تحاول أن تبين من خلاله جودة التغطية والخدمات التي يوفرها المتعامل، وتملك موبيليس حاليا أكثر من 120 وكالة تجارية، وأكثر من 60000 نقطة بيع غير مباشرة، وأكثر من 5000 محطة تغطية BTS.

وتقدم موبيليس لزبائنها هي الأخرى العديد من الخدمات المتمثلة في : اشتراكات 0661 ، موبي كنترول، ڤوسطو gosto، موبيليس كرت، موبي+ ، موبي كونكت، سلكني، رسائل صوتية، MMS، GPRS كما تقدم خدمات G3 وخدمة التجوال الدولي بالإضافة إلى خدمات التعبئة الالكترونية، أرسلي، راسيمو، رصيدي، بطاقة التعبئة الخاصة بالمكالمات الدولية.

شبكة موبيليس اليوم تغطي حوالي 97% من مساحة الجزائر، وبلغ عدد مشتركيها مع نهاية 2010م، 11 مليون مشترك .

➢ **نجمة (الوطنية للاتصالات)**[84]:

هي مؤسسة تابعة لمجمع QTEL أو قطر تليكوم الموزع الحصري للاتصالات اللاسلكية في قطر، وينشط مجمع QTEL في 10 دول في شمال إفريقيا والشرق الأوسط.

حصلت شركة وطنية للاتصالات على ترخيص الخدمة الوطنية للخدمات اللاسلكية في الجزائر في 2 ديسمبر 2003م، لتقوم بإطلاق علامتها التجارية **نجمة NEDJMA** بتاريخ 25 أوت 2004م، وخلال 18 شهر تم تثبيت 1200 موقع بنوعية شبكة جيدة وتعتبر نجمة هي أول متعامل يدخل خدمة الوسائط المتعددة إلى سوق النقال في الجزائر .يبلغ عدد مشتركي شبكة نجمة اليوم حوالي 245 8 مليون مشترك.

83 -www.mobiliz.dz
84 -www.nedjma.dz

IX. ملخص:

شكل انتقال الانسان من الاتصالات السلكية الى الاتصالات اللاسلكية خطوة عملاقة نحو تخطي الحواجز المكانية والزمانية في عملية الاتصال، ويجسد الهاتف النقال أحد منتجات الثورة الاتصالية اللاسلكية، حيث كان في بدايته عبارة عن جهاز يوضع في السيارات عرف باسم هاتف الراديو، الذي كان ذو امكانات اتصالية محدودة، لتتطور بعد ذلك أنظمة الهاتف النقال عبر أربعة أجيال، انتقلت فيها من الأنظمة التماثلية البسيطة محدودة الخدمات، والتي تدعم بالأساس خدمة المكالمات، الى الأنظمة الرقمية المتطورة التي تدعم أكثر من خدمة انطلاقا من نقل الصوت الى نقل النصوص والصور والبيانات، ودفع هذا التطور الى تشكل ملامح سوق خاصة بالهاتف النقال تتحكم فيه أساسا ثلاث قطاعات تتمثل في: مشغلي شبكات المحمول، صانعي أجهزة الهاتف النقال، وصانعي المحتوى وأنظمة التشغيل.

أصبح الهاتف النقال يشكل اليوم وسيلة اتصالية رائجة ومنتشرة بكثرة بين الأفراد، ونتيجة لذلك تعددت استخداماته وتجاوزت مجرد الاستخدام في إطار الاتصالات أو المكالمات التي تهدف الى ربط العلاقات الاجتماعية وتقويتها، لتشمل المجال التجاري، ومجال المال والأعمال، والمجال الأمني، والمجال الإعلامي، وحتى المجال الارشادي والتعليمي، وهو الاستخدام الذي انطوى على العديد من الايجابيات التي عادت بالفائدة على الفرد سواء في تنظيم حياته الخاصة أو انجاز أعماله أو بناء علاقاته مع الغير، لكن في الوقت نفسه انطوى الاستخدام المكثف للهاتف النقال على العديد من المخاطر والسلبيات، التي ارتفعت الاصوات عاليا منددة بها، إن كان على المستوى الاجتماعي أو الخلقي، أو الاقتصادي أو حتى الصحي والبيئي.

انتشار تقنية الهاتف النقال في مختلف دول العالم وتزايد الاهتمام بها وتوظيفها في مختلف المجالات الحياتية، جعل الدولة الجزائرية هي الأخرى تسعى للحصول على هذه التكنولوجيا وتوفيرها، وهو السبب الذي كان وراء منح أول رخصة لإقامة شبكات النقال سنة 2001، ليفتح بذلك المجال أمام الاستثمارات في هذا المجال الحيوي. وتعرف سوق الهاتف النقال في الجزائر حاليا تواجد ثلاث متعاملين هم: جيزي، موبيليس ونجمة، بحيث يطرح كل متنافس جملة من العروض والخدمات التنافسية التي يحاول من خلالها السيطرة على السوق الجزائرية.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

I. استخدامات الهاتف النقال.

II. دوافع استخدام الهاتف النقال.

III. الهاتف النقال والاتصال الاجتماعي.

IV. الاتصال الوسيلي والبعد الانساني للعلاقات بين الأفراد.

V. النتائج العامة للدراسة.

VI. نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة.

I. استخدامات الهاتف النقال:

جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
أقل من سنة	15	04.80
أقل من ثلاث سنوات	55	17.57
أكثر من ثلاث سنوات	243	77.63
المجموع	313	100

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال منذ مدة تزيد عن ثلاث سنوات حيث يشكلون نسبة 77.63% من مجموع أفراد العينة، في حين أن 17.57% منهم يستخدمونه منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات، أما الذين باشروا استخدام الهاتف النقال منذ مدة تقل عن سنة فلا يشكلون سوى 04.80% من أفراد العينة، مما يعني أن أغلب المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال منذ مدة لا بأس بها وهي كافية لتشكيل بعض التأثيرات على سلوكياتهم الاتصالية.

جدول رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك الهاتف النقال وفقا لمتغير الجنس:

الخيارات / الجنس	أقل من سنة		أقل من ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	14	08.48	32	19.40	119	72.12	165
ذكور	01	0.67	23	15.55	124	83.78	148
المجموع	15		55		243		313
كا^2(2،0.05)	5.99						
كا^{2}ح	11.62						

نلاحظ من خلال الجدول أن72.12% من الاناث يستخدمن الهاتف النقال منذ مدة تزيد عن ثلاث سنوات، و19.40% منهن تستخدمنه منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات، في حين أن 08.84% منهن لم يبتدئن في استخدام النقال إلا منذ مدة تقل عن سنة.

أما بالنسبة للذكور فإن 83.78% منهم يستخدمون الهاتف النقال منذ مدة تزيد عن ثلاث سنوات، و15.55% بدؤوا باستخدامه منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات، و0.67% يستخدمون النقال منذ أقل من سنة.

ويتضح من خلال الجدول وجود فروق طفيفة ما بين الجنسين من حيث مدة امتلاك الهاتف النقال، وهو ما يؤكده اختبار كاي مربع، حيث أن كا^2 المحسوبة قدرت قيمتها بـ 11.62، أما كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 02 فقدرت بـ 05.99، أي أن كا^2 المحسوبة أكبر من أن كا^2 الجدولية ومن ثم نرفض الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود فروق بين الجنسين ونقبل الفرضية البديلة، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% من وجود فروق بين الجنسين في مدة امتلاك الهاتف النقال مع احتمال خطأ يقدر بـ 05% .

جدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك الهاتف النقال وفقا لمتغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	أقل من سنة		أقل من ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	02	10	01	05	17	85	20
متوسط	09	03.57	44	17.46	199	78.97	252
جيد	04	09.75	10	24.40	27	65.85	41
المجموع	15		55		243		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	07.85						

نلاحظ من خلال الجدول أن 85% من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف من المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال منذ مدة تزيد عن ثلاث سنوات، وأن 10% منهم يستخدمونه منذ مدة تقل عن سنة، و05%منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات.

أما المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 78.97% منهم بدؤوا في استخدام الهاتف النقال منذ أكثر من ثلاث سنوات، و 17.46% منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات، و 03.57% بدؤوا في استخدامه منذ مدة تقل عن سنة.

في حين أن ذوي المستوى الاقتصادي الجيد يستخدمون الهاتف النقال لمدة تزيد عن ثلاث سنوات بنسبة 65.85%، أما الذين يستخدمونه منذ مدة تقل عن ثلاث سنوات فقد شكلوا نسبة 24.40%، وبالنسبة للذين يستخدمونه منذ فترة تقل عن سنة شكلوا نسبة 09.75%.

ويلاحظ من خلال الأرقام أن معظم أفراد العينة على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية، بدؤوا في استخدام الهاتف النقال منذ أكثر من ثلاث سنوات، وقد أكد حساب مربع كاي عدم وجود تأثير للمستوى الاقتصادي على فترة امتلاك الهاتف النقال، حيث قدرت قيمة كا² المحسوبة بـ 7.85، أما كا² الجدولية عند درجة الحرية 04، ومستوى الخطأ 0.05 فقدرت بـ 09.48، وبالتالي فإن كا² المحسوبة أقل من كا²

الجدولية ومنه نقبل الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على مدة امتلاك الهاتف النقال، مع احتمال خطا يقدر بـ 05%.

جدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب عدد الشرائح المملوكة:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
واحد	162	51.76
اثنين	106	33.86
أكثر من اثنين	45	14.38
المجموع	313	100

يبين الجدول أن أغلب افراد العينة لا يملكون سوى شريحة واحدة للهاتف النقال، حيث يمثلون نسبة 51.76%، أما الافراد الذين يملكون شريحتين فيشكلون نسبة 33.86%، ويأتي في المرتبة الثالثة أفراد العينة الذين يملكون أكثر من شريحتين بنسبة 14.38%.

وتشير هذه النتائج الى بداية شيوع ثقافة الاسراف الاستهلاكية للهاتف النقال لدى أفراد العينة فنسبة 33.86% نسبة ليست هينة وقد تتضاعف مع مرور الوقت، كما أن نسبة الذين يملكون أكثر من شريحتين وعلى الرغم من صغرها إلا أنه لا يمكن اغفالها.

جدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب عدد الشرائح المملوكة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	واحد		اثنين		أكثر من اثنين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	95	57.57	54	32.73	16	09.70	165
ذكور	67	45.27	52	35.13	29	19.60	148
المجموع	162		106		45		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	07.72						

يظهر من خلال الجدول ان أغلبية الاناث لا يملكن سوى شريحة هاتف واحدة، حيث يشكلن نسبة 57.57% من الاناث، في حين أن 32.73% منهن يملكن شريحتين، و09.70% يملكن أكثر من شريحتين.

أما على مستوى الذكور فنلاحظ ان الذين يملكون شريحة واحدة يشكلون نسبة 45.27% من الذكور، وأن الذين يملكون شريحتين شكلوا نسبة 35.13%، أما الذين يملكون أكثر من شريحتين فيشكلون نسبة 19.60%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بالإناث بفارق 10% تقريبا، وهو نفس الفرق الذي نلاحظه على مستوى عدد الذين يملكون شريحة واحدة(57.57% إناث في مقابل 45.27% للذكور)، أما بالنسبة للذين يملكون شريحتين فنجد النسب متقاربة ما بين الجنسين.

وقد كشف اختبار كا² وجود فروق بين الجنسين في عدد الشرائح المملوكة، حيث يظهر الجدول أن كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية، ومن ثم فإن الباحثة متأكدة بنسبة 95% بأن هناك فروقا بين الجنسين في عدد الشرائح المملوكة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب عدد الشرائح المملوكة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	واحد		اثنين		أكثر من اثنين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	09	45	08	40	03	15	20
متوسط	133	52.78	82	32.54	37	14.68	252
جيد	20	48.78	16	39.02	05	12.20	41
المجموع	162		106		45		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	01.10						

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يملكون شريحة واحدة، إذ يشلكون نسبة 45%وهي نسبة متقاربة مع الذين يملكون شريحتين، حيث شكلوا نسبة 40%، أما الذين يملكون أكثر من شريحتين فشكلوا نسبة 15%.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 52.78% منهم يملكون شريحة واحدة، و32.54% يملكون شريحتين، بينما 14.68% منهم يملكون أكثر من شريحتين، وهي نسبة متقاربة مع ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف.

في حين أن ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، 48.78% منهم يملكون شريحة واحدة، و39.02%يملكون شريحتين، ولا يشكل الذين يملكون أكثر من شريحتين سوى نسبة 12.20%، وهي نسبة منخفضة مقارنة مع ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف والمتوسط، مما يشير الى أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على عدد الشرائح المملوكة من طرف المبحوثين، وهو ما يؤكده اختبار كا²، حيث قدرت قيمة كا² المحسوبة ب 01.10، وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 04، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية الصفرية وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن

المستوى الاقتصادي لا يؤثر على عدد الشرائح المملوكة من قبل المبحوثين، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم11: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
اقل من نصف ساعة	135	43.13
نصف ساعة-ساعة	84	26.84
اكثر من ساعة	94	30.03
المجموع	313	100

يوضح لنا الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال بمعدل يقل عن 30 د يوميا، حيث شكلوا نسبة 43.13%، و 30.03% يستخدمونه بمعدل يومي يفوق ساعة، في حين أن 26.84% من المبحوثين يستخدمون النقال لمدة تتراوح ما بين نصف ساعة الى ساعة يوميا.

والملاحظ من خلال النسب أن الاستخدام اليومي للهاتف النقال من طرف أفراد العينة ليس استخداما مكثفا، باعتبار أن أغلبهم تقل مدة استهلاكهم اليومي لهذا الجهاز عن نصف ساعة.

جدول رقم12: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	أقل من نصف ساعة		نصف ساعة- ساعة		أكثر من ساعة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	64	38.79	40	24.24	61	36.97	165
ذكور	71	47.97	44	29.73	33	22.30	148
المجموع	135		84		94		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	07.98						

نلاحظ من خلال الجدول أن 47.97% من الذكور يستخدمون الهاتف النقال لمدة تقل عن نصف ساعة في اليوم، في مقابل 38.79% من الإناث، وأن نسبة الذكور الذين يستخدمون النقال بمعدل يومي يتراوح مابين نصف ساعة الى ساعة تقدر ب 29.73%، وهي أكبر من نسبة الاناث التي شكلت 24.24%. بينما نلاحظ أن نسبة الاناث اللاتي يستخدمن الهاتف النقال لمدة تزيد عن ساعة في اليوم تقدر ب 36.97%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة مع النسبة التي شكلها الذكور وهي 22.30%. ويتضح من خلال الجدول والنسب أن هناك اختلاف ما بين الجنسين في استخدام الهاتف النقال حيث يبدو أن الاناث أكثر استخداما للنقال مقارنة بالذكور، وقد أكد اختبار كا² وجود فروق بين الجنسين في معدل الاستخدام اليومي للنقال، حيث أن كا² المحسوبة =07.98، في حين أن كا²(0.05، 2) =05.99، أي أن كا² المحسوبة أكبر من أن كا² الجدولية، وعليه نرفض الفرضية الصفرية، ومنه فإن الباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في معدل الاستخدام اليومي للهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر ب05%.

جدول رقم13: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	أقل من نصف ساعة		نصف ساعة- ساعة		أكثر من ساعة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	11	55	05	25	04	20	20
متوسط	110	43.65	66	26.19	76	30.16	252
جيد	14	34.15	13	31.70	14	34.10	41
المجموع	135		84		94		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	02.72						

نلاحظ من خلال الجدول أن 55%من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يستخدمون الهاتف النقال لمدة تقل عن نصف ساعة يوميا، بينما 25% منهم يستخدمونه بمعدل من نصف ساعة الى ساعة باليوم، و20% يكون معدل استخدامهم اليومي للهاتف النقال لمدة تزيد عن ساعة.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 43.65% منهم يستخدمون النقال بمعدل أقل من نصف ساعة، و 30.16% منهم يستخدمونه بمعدل أكثر من ساعة في اليوم، بينما 26.19% يستخدمونه بمعدل ما بين نصف ساعة الى ساعة يوميا.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن نسبة الذين يستخدمون النقال بمعدل يومي يقل عن نصف ساعة، مساوية لنسبة الذين يستخدمونه بمعدل أكثر من ساعة في اليوم والمقدرة ب 34.15%، في حين أن 31.70% منهم يستخدمون النقال بمعدل يومي يتراوح ما بين نصف ساعة الى ساعة.

وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، كما هو واضح في الجدول، ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على معدل الاستخدام اليومي للهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب معدل المكالمات في اليوم:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
مكالمة واحدة	62	19.81
اثنين	68	21.72
أكثر من اثنين	183	58.47
المجموع	313	100

يبين الجدول أن 58.47% من أفراد العينة يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم، و21.72% يجرون مكالمتين في اليوم، في حين أن 19.81% لا يجرون سوى مكالمة واحدة في اليوم.

والملاحظ من خلال أرقم الجدول أنه على الرغم من أن أغلب أفراد العينة هم من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط (بنسبة 80.51%)، إلا أن ذلك لم يؤثر على عدد المكالمات التي يتم اجراؤها في اليوم، حيث أن أغلب المبحوثين يجرون أكثر من مكالمتين يوميا، مما يعني من جهة أخرى كذلك كثرة الانفاق هلى الهاتف النقال، وهو ما يؤكد النتائج السابقة بأن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على استخدام الهاتف النقال.

جدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب معدل المكالمات في اليوم وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	مكالمة واحدة		اثنين		أكثر من اثنين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	38	23.03	40	24.24	87	52.73	165
ذكور	24	16.22	28	18.92	96	64.86	148
المجموع	62		68		183		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	04.16						

نلاحظ من خلال الجدول أن 52.73% من الاناث يجرين أكثر من مكالمتين في اليوم، و 24.24% منهن يجرين المكالمات بمعدل مكالمتين في اليوم، في حين أن 23.03% منهن يقدر معدل المكالمات التي يجرينها في اليوم بمكالمة واحدة.

أما بالنسبة للذكور فإن 64.86% منهم يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم، بينما 18.92% يجرون مكالمتين يوميا، في حين أن 16.22%منهم لا يجرون سوى مكالمة واحدة في اليوم.

ويتضح من خلال الجدول أن الذكور أكثر استهلاكا للمكالمات من الإناث، ف 64.86% منهم يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم في مقابل 52.73% من الإناث، وقد يرجع هذا الى كون الذكور يمارسون بعض الأعمال خارج الدراسة مما يحتم عليهم اجراء الكثير من المكالمات والتي تزيد عن اثنين.

أما بالنسبة لأفراد العينة الذين يجرون مكالمة واحدة في اليوم فيشكلون نسبة متقاربة مع نسبة الأفراد الذين يجرون مكالمتين في اليوم بالنسبة للجنسين.

وبالنسبة لاختبار كا² فقد أثبت انه لا توجد فروق بين الجنسين في معدل المكالمات اليومية، حيث أن كا² المحسوبة أقل من كا²(0.05، 2) مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95%انه لا توجد فروق بين الجنسين في المعدل اليومي للمكالمات، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب معدل المكالمات في اليوم وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	مكالمة واحدة		اثنين		أكثر من اثنين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	15	07	35	10	50	20
متوسط	51	20.24	54	21.43	147	58.33	252
جيد	08	19.51	07	17.08	26	63.41	41
المجموع	62		68		183		313
$كا^2(0.05، 4)$	09.48						
$كا^2ح$	02.70						

نلاحظ من خلال الجدول أن 50% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم، في مقابل 58.33% من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، و63.41% من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد. وأن 35%من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يجرون مكالمتين يوميا، مقابل 21.43%من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، بينما الذين يتمتعون بالمستوى الاقتصادي الجيد من الذين يجرون مكالمتين في اليوم فيشكلون نسبة 17.08%.

كما نلاحظ أن المبحوثين الذين يجرون المكالمات بمعدل مكالمة واحدة في اليوم يشكلون بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط نسبة 20.24%، أما بالنسبة لذوي المستوى الجيد فيشكلون نسبة 19.51%، في مقابل 15% لذوي المستوى الضعيف . ونلاحظ أن هناك تباين في النسب، فبالرغم من المستوى الاقتصادي الضعيف إلا اننا نلاحظ أن أفراد هذه الفئة يستخدمون المكالمات بمعدل مكالمتين يوميا بنسبة تفوق فئة ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، كما أن النسبة ما بين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط وذوي المستوى الجيد متقاربة بالنسبة للمبحوثين الذين يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم، وكذلك بالنسبة للمبحوثين الذين يجرون مكالمة يوميا. أي أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر كثيرا على معدل الاستخدام اليومي للمكالمات، وهو ما أثبته اختبار $كا^2$، حيث أن $كا^2$ المحسوبة أقل من $كا^2$ الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 4، يعني نقبل الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة

متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على المعدل اليومي لإجراء المكالمات، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للرسائل القصيرة:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
رسالة كل يوم	188	60.06
رسالتين	54	17.25
اكثر من رسالتين	71	22.69
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب افراد العينة يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة واحدة في اليوم حيث شكلوا نسبة 60.06%، بينما 22.69% منهم يستخدمونها بمعدل يفوق رسالتين في اليوم. في حين أن 17.25% يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالتين في اليوم.

والملاحظ انه على الرغم من قلة تكلفة الرسائل القصيرة مقارنة بالمكالمات، إلا أن استخدامها من طرف المبحوثين يعتبر استخداما محدودا إذا ما قارناه مع معدل الاستخدام اليومي للمكالمات، والذي قدر بنسبة 58.47% بالنسبة للأشخاص الذين يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم.

جدول رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للرسائل القصيرة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	رسالة كل يوم		رسالتين		أكثر من رسالتين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	96	58.18	34	20.61	35	21.21	165
ذكور	92	62.16	20	13.51	36	24.33	148
المجموع	188		54		71		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	02.79						

نلاحظ من خلال الجدول أن 58.18% من الاناث يستخدمن الرسائل القصيرة بمعدل رسالة كل يوم، و21.21% منهن يستخدمنها بمعدل أكثر من رسالتين يوميا، بينما 20.61%يستخدمن رسالتين في اليوم.

وفيما يخص الذكور فإن 62.16% منهم يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة كل يوم، و24.33% يستخدمونها بمعدل أكثر من رسالتين في اليوم، بينما الذين يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالتين في اليوم فقدرت نسبتهم ب 13.51%.

والملاحظ من خلال الجدول أن النسبة الغالبة بالنسبة لكلا الجنسين هي النسبة الممثلة للذين يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة كل يوم، وتليها مباشرة نسبة الذين يستخدمون أكثر من رسالتين يوميا.

وقد اثبت اختبار كا² عدم وجود فروق بين الجنسين في المعدل اليومي لاستخدام الرسائل القصيرة، فقيمة كا² المحسوبة أقل من قيمة كا² الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 2، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% انه لا توجد فروق بين الجنسين في المعدل اليومي لاستخدام الرسائل القصيرة مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 19: توزيع أفراد العينة حسب معدل الاستخدام اليومي للرسائل القصيرة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	رسالة كل يوم		رسالتين		أكثر من رسالتين		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	12	60	04	20	04	20	20
متوسط	155	61.51	40	15.87	57	22.62	252
جيد	21	51.22	10	24.39	10	24.39	41
المجموع	188		54		71		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	02.29						

تظهر نتائج الجدول أن 60% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة كل يوم، وبالنسبة للذين يستخدمونها بمعدل رسالتين في اليوم، فقد شكلوا نسبة 20%، وهي نفس النسبة التي شكلها المبحوثين الذين يستخدمون أكثر من رسالتين في اليوم.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 61.51% منهم يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة كل يوم، و 22.62% منهم يستخدمونها بمعدل أكثر من رسالتين في اليوم، ليشكل الذين يستخدمونها بمعدل رسالتين يوميا نسبة 15.87%.

في حين أن 51.22% من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل رسالة واحدة في اليوم، و 24.39% يستخدمونها بمعدل رسالتين في اليوم، وهي نفس النسبة التي يشكلها من يستخدمون الرسائل القصيرة بمعدل يفوق رسالتين في اليوم من نفس الفئة.

والملاحظ من خلال هذه النتائج أن هناك تقارب في النسب ما بين المبحوثين من مختلف المستويات الاقتصادية، فأغلبهم لا يستخدمون إلا رسالة قصيرة واحدة في اليوم، مما يعني أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على الاستخدام اليومي للرسائل القصيرة. وطبقا لاختبار كا²، فإن كا² المحسوبة كما يظهر من خلال الجدول، أصغر من كا²(0.05، 4) مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة

95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على المعدل اليومي لاستخدام الرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 20: توزيع أفراد العينة حسب استخدام رسائل الوسائط المتعددة (MMS):

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
دائما	00	00
احيانا	58	18.53
ابدا	255	81.47
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 81.47% من المبحوثين لا يستخدمون أبدا رسائل الوسائط المتعددة، و18.53% يستخدمونها أحيانا، بينما شكلت نسبة الذين يستخدمونها بشكل دائم 00%.

وتشير نتائج الجدول الى أن المبحوثين لا يستخدمون رسائل الوسائط المتعددة، ولا يتعاملون معها، وأن الأشخاص الذين يستخدمونها يكون استخدامهم لها محدود جدا، مما يعني أن الهاتف النقال لم يشكل لدى الطالب الجامعي ثقافة الرسائل متعددة الوسائط.

جدول رقم 21: توزيع أفراد العينة حسب استخدام رسائل الوسائط المتعددة (MMS) وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	00	00	28	16.97	137	83.03	165
ذكور	00	00	30	20.27	118	79.73	148
المجموع	00		58		255		313
$كا^2(0.05،1)$	03.84						
$كا^2ح$	0.55						

(تم احتساب كا² المحسوبة والجدولية بإلغاء خانة الخيار دائما، باعتبار أن الابقاء عليها يسبب عدم استيفاء شروط حساب مربع كاي، والذي يشترط ان لا يقل أي تكرار متوقع عن 01).

نلاحظ من خلال الجدول أن 83.03% من الاناث لا يستخدمن أبدا الرسائل متعددة الوسائط، في حين أن 16.97% منهن يستخدمنها أحيانا.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للذكور، حيث أن 79.73% منهم لا يستخدمون أبدا رسائل الوسائط المتعددة، بينما 20.27% يستخدمونها أحيانا.

وقد اثبت اختبار كا² أنه لا توجد فروق بين الجنسين في استخدام الرسائل متعددة الوسائط، حيث قدرت قيمة كا²المحسوبة بـ 0.55، وهي أقل من قيمة كا² الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 01، والتي تقدر بـ 03.84، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% انه لا توجد فروق بين الجنسين في استخدام الرسائل متعددة الوسائط (MMS)، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 22: توزيع أفراد العينة حسب استخدام رسائل الوسائط المتعددة (MMS) وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	00	00	02	10	18	90	20
متوسط	00	00	41	16.27	211	83.73	252
جيد	00	00	15	36.59	26	63.41	41
المجموع	00		58		255		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	10.62						

تظهر نتائج الجدول أن 90% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف لا يستخدمون أبدا رسائل الوسائط المتعددة، بينما 10% منهم يستخدمونها أحيانا، وقد يرجع ذلك الى نوعية الهواتف المملوكة من قبلهم والتي قد لا تحتوي على خدمة الرسائل متعددة والوسائط.

كما يظهر من خلال الجدول أن 83.73%من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط لا يستخدمون أبدا رسائل الوسائط المتعددة، في مقابل 16.27% ممن يستخدمونها أحيانا.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 63.41% منهم لا يستخدمون رسائل الوسائط المتعددة أبدا، في حين أن 36.59% منهم يستخدمونها أحيانا، وهي نسبة مرتفعة نوعا ما مقارنة بالنسبة التي شكلها مستخدمي رسائل الوسائط المتعددة أحيانا من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط وكذا الضعيف.

وقد أثبت اختبار كا² أن المستوى الاقتصادي يؤثر على استخدام رسائل MMS، حيث أن قيمة كا² المحسوبة أكبر من قيمة كا²(0.05، 2) كما هو واضح من خلال الجدول، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي يؤثر على استخدام الرسائل متعددة الوسائط، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 23: توزيع أفراد العينة حسب الاستماع للموسيقى بواسطة الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	165	52.72
أحيانا	94	30.03
نادرا	21	06.71
أبدا	33	10.54
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 52.72% من أفراد العينة غالبا ما يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة، وأن 30.03% منهم يقومون بذلك أحيانا، بينما 06.71% نادرا ما يقومون بذلك، في حين أن المبحوثين الذين لا يستمعون أبدا للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة شكلوا نسبة 10.54%من افراد العينة، وقد يرجع ذلك الى خصائص هواتفهم النقالة التي لا تتيح لهم تحميل الموسيقى أو تخزينها.

جدول رقم 24: توزيع افراد العينة حسب الاستماع للموسيقى بواسطة الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الجنس / تكرار	غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	86	52.12	54	32.73	09	05.45	16	09.70	165
ذكور	79	53.38	40	27.03	12	08.10	17	11.49	148
مجموع	165		94		21		33		313
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	01.90								

نلاحظ من خلال الجدول أن 52.12% من الاناث غالبا ما يستمعن للموسيقى من خلال هواتفهن النقالة، و32.73% منهن أحيانا ما يقمن بذلك، بينما من يستمعن للموسيقى من خلال هواتفهن النقالة

بصفة نادرة فقد شكلن نسبة 05.45%، كما نلاحظ أن 09.70% من الاناث لا يستمعن أبدا للموسيقى بواسطة الهاتف النقال.

وبالنسبة للذكور فإن 53.38% منهم غالبا ما يستمعون للموسيقى بواسطة هواتفهم النقالة، في مقابل 27.03% ممن يفعلون ذلك أحيانا، و08.10%ممن يستمعون للموسيقى من خلال الهاتف النقال بصفة نادرة. بينما من لا يستمعون للموسيقى أبدا ن خلال الهاتف النقال من جنس ذكر فقد شكلوا نسبة 11.49%.

وتظهر أرقام الجدول أن أغلبية المبحوثين من كلا الجنسين غالبا ما يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة، لتليهم في الترتيب فئة من يستمعون للموسيقى أحيانا من خلال الهاتف النقال بالنسبة لكلا الجنسين كذلك، ثم تأتي بعدها مباشرة وفي المرتبة الثالثة نسب المبحوثين الذين لا يقومون بذلك أبدا ودائما بالنسبة لكلا الجنسين، ليحتل المبحوثون الذين نادرا ما يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة المرتبة الرابعة، وعلى العموم فإن النسب متقاربة نوعا ما بين الجنسين.

وبتطبيق اختبار كا^2، نجد أن كا^2 المحسوبة = 01.90، وهي أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 03، والتي تساوي 07.81، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فإن الباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 25: توزيع أفراد العينة حسب الاستماع للموسيقى بواسطة الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	12	60	04	20	00	00	04	20	20
متوسط	133	52.78	76	30.16	21	08.33	22	08.73	252
جيد	20	48.78	14	34.15	00	00	07	17.07	41
المجموع	165		94		21		33		313
كا^2(0.05، 6)	12.59								
كا^{2}ح	10.44								

نلاحظ من خلال الجدول أن 60% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف غالبا ما يستمعون للموسيقى بواسطة هواتفهم النقالة، في مقابل 20% من الذين يقومون بذلك أحيانا، وهي نفس نسبة المبحوثين الذين لا يستمعون للموسيقى أبدا بواسطة الهاتف النقال من نفس الفئة، كما نلاحظ ان نسبة المبحوثين الذين نادرا ما يستخدمون هواتفهم النقالة للاستماع للموسيقى من هذه الفئة تقدر ب00%.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 52.78% منهم غالبا ما يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة، في مقابل 30.16% من الذين يفعلون ذلك أحيانا، و08.33%من الذين نادرا ما يقومون بذلك، بينما 08.73% منهم لا يفعلون ذلك أبدا.

وفيما يخص المبحوثين الذين يتمتعون بالمستوى الاقتصادي الجيد، فإن 48.78% منهم غالبا ما يستخدمون هواتفهم النقالة للاستماع للموسيقى، و 34.78% منهم يفعلون ذلك أحيانا، أما الذين نادرا ما يستمعون للموسيقى من خلال الهاتف النقال فقد شكلوا نسبة 00%، وهي نفس النسبة التي شكلها المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف. كما نلاحظ أن 17.07%من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد لا يستمعون أبدا للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة. وبتطبيق اختبار كا^2، نجد أن كا^2 المحسوبة أقل من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 6، أي أننا نقبل الفرضية الصفرية

وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على استخدام الهاتف النقال للاستماع للموسيقى، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 26: توزيع أفراد العينة حسب المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
اقل من 30د	117	41.78
30 د–ساعة	85	30.36
اكثر من ساعة	78	27.86
المجموع	280	100

تظهر نتائج الجدول أن أغلب أفراد العينة من الذين يستخدمون هواتفهم النقالة للاستماع للموسيقى، يفعلون ذلك لمدة تقل عن 30 د وذلك بنسبة 41.78%، بينما 30.36% منهم يستمعون للموسيقى لمدة تتراوح ما بين 30 د الى ساعة، في حين ان 27.86% يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة لمدة تزيد عن ساعة، وتعتبر هذه المدة مرتفعة نوعا ما قد تسبب لهم انعزالا عن محيطهم.

جدول رقم 27: توزيع أفراد العينة حسب المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	أقل من 30د		30 د–ساعة		أكثر من ساعة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	61	40.94	46	30.87	42	28.19	149
ذكور	56	42.75	39	29.77	36	27.48	131
المجموع	117		85		78		280
كا²(2،0.05)	05.99						
كا²ح	0.06						

تظهر نتائج الجدول أن 40.94% من الاناث يستمعن للموسيقى من خلال الهاتف النقال لمدة تقل عن 30 د، و 30.87% منهن يقمن بذلك لمدة تتراوح ما بين 30 د الى ساعة، في حين أن 28.19% من الاناث يستغرقن في ذلك مدة تزيد عن ساعة.

كما نلاحظ ان 42.75% من الذكور يستغرقون في الاستماع للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة مدة تقل عن 30 د، و 29.77% يستغرقون من 30 د الى ساعة، في مقابل 27.48% من الذكور الذين يستغرقون في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال أكثر من ساعة.

والملاحظ أن النسب متقاربة جدا ما بين الجنسين على مستوى كل الفئات الاختيارية. ووفقا لاختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 2، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر ب05%.

جدول رقم 28: توزيع أفراد العينة حسب المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	أقل من 30د		30 د–ساعة		أكثر من ساعة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	25	05	31.25	07	43.75	16
متوسط	100	43.48	69	30	61	26.52	230
جيد	13	38.23	11	32.36	10	29.41	34
المجموع	117		85		78		280
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	02.96						

نلاحظ من خلال الجدول أن 43.75% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يستمعون للموسيقى من خلال الهاتف النقال لمدة تزيد عن ساعة، و 31.25% يقومون بذلك لمدة تتراوح ما بين 30 د الى ساعة، في مقابل 25% من الذين يفعلون ذلك لمدة تقل عن 30 د.

أما فيما يخص ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 43.48% منهم يستغرقون في الاستماع للموسيقى من خلال الهاتف النقال مدة تقل عن 30 د، و30% يستغرقون مدة تتراوح ما بين 30 د الى ساعة، في مقابل 26.52%من الذين يستغرقون في ذلك أكثر من ساعة.

في حين أن ذوي المستوى الاقتصادي الجيد من المبحوثين والذين يستمعون للموسيقى بواسطة الهاتف النقال لمدة تقل عن 30 د، فيمثلون نسبة 38.23%، في مقابل 32.36% من الذين يفعلون ذلك لمدة تتراوح ما بين 30 د الى ساعة، أما الذين يستمعون للموسيقى لمدة تفوق ساعة فقد شكلوا نسبة 29.41%.

والملاحظ من خلال هذه الارقام أن هناك فروقا ما بين المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف والمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والجيد، مما يعني عدم وجود علاقة طردية ما بين متغير المستوى الاقتصادي ومتغير المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى. وبالاستناد لاختبار كا²، فإن

الجدول يبين أن كا^2 المحسوبة أقل من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، ومنه نقبل الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على المدة المستغرقة في الاستماع للموسيقى بواسطة الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 29: توزيع أفراد العينة حسب التطبيقات الهاتفية التي يستخدمونها:

التطبيقات / التكرارات	التكرار	النسبة%
تطبيقات البلوتوث والتحميل	85	15.15
تطبيقات التسلية	151	26.92
تطبيقات التصوير والفيديو	115	20.50
تطبيقات التنسيق	153	27.27
الانترنت	45	08.02
الاذاعة	12	02.14
المجموع	561	100

(*المبحوث أعطى اكثر من خيار)

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر التطبيقات استخداما من طرف المبحوثين هي تطبيقات التنسيق وذلك بنسبة 27.27%، وهي تشمل تطبيقات الوقت والتاريخ والآلة الحاسبة وكتابة الملاحظات، وتليها مباشرة تطبيقات التسلية بنسبة 26.92%، وتشمل الموسيقى والألعاب والتسجيلات. ثم تأتي تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 20.50%، أما تطبيقات البلوتوث والتحميل فشكلت نسبة 15.15%، وتليها تطبيقات الانترنت بنسبة 08.02%، أما تطبيق الاذاعة فيحتل المرتبة الاخيرة بنسبة 02.14%.

جدول رقم 30: توزيع أفراد العينة حسب التطبيقات الهاتفية التي يستخدمونها وفق متغير الجنس:

التطبيقات / الجنس	تطبيقات البلوتوث والتحميل		تطبيقات التسلية		تطبيقات التصوير والفيديو		تطبيقات التنسيق		الانترنت		الاذاعة		المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
اناث	53	17.43	77	25.33	67	22.04	80	26.32	15	04.93	12	03.95	304
ذكور	32	12.45	74	28.80	48	18.68	73	28.40	30	11.67	00	00	257
المجموع	85		151		115		153		45		12		561
$كا^2(5،0.05)$	11.07												
$كا^2ح$	21.89												

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر التطبيقات استخداما من طرف الاناث هي تطبيقات التنسيق بنسبة 26.32%، وتليها تطبيقات التسلية بنسبة 25.33%، وبعدها تأتي تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 22.04%، ثم تطبيقات البلوتوث والتحميل بنسبة 17.43%، ثم تطبيقات الانترنت خامسا بنسبة 04.93%، وأخيرا تطبيق الإذاعة بنسبة 03.95%.

أما بالنسبة للذكور، فإن التطبيقات الاكثر استخداما هي تطبيقات التسلية بنسبة 28.80%، وهي متقاربة مع نسبة تطبيقات التنسيق التي مثلت 28.40%، ثم تأتي تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 18.68%، وبعدها تطبيقات البلوتوث والتحميل بنسبة 12.45%، وأخير تطبيقات الانترنت بنسبة 11.67%.

والملاحظ أن الذكور لا يستخدمون الهاتف النقال للاستماع للإذاعة، كما أنهم أكثر استخداما لتطبيقات الانترنت من الإناث، في حين أن الاناث يستخدمن تطبيقات التحميل والبلوتوث وكذا التصوير أكثر من الذكور.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أكبر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 5، مما يعني قبول الفرضية البديلة، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين من حيث التطبيقات الهاتفية المستخدمة، مع احتمال خطأ يقدربـ05%.

جدول رقم 31: توزيع أفراد العينة حسب التطبيقات الهاتفية التي يستخدمونها وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التطبيقات / المستوى الاقتصادي	تطبيقات البلوتوث والتحميل		تطبيقات التسلية		تطبيقات التصوير والفيديو		تطبيقات التنسيق		الانترنت		الإذاعة		المجموع
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
ضعيف	01	03.22	11	35.4	06	19.35	11	35.49	02	06.4	00	00	31
متوسط	70	15.38	116	25.5	92	20.22	132	29.01	33	07.2	12	02.64	455
جيد	14	18.67	24	32	17	22.67	10	13.33	10	13.3	00	00	75
المجموع	85		151		115		153		45		12		561
كا²(10 ،0.05)	18.30												
كا²ح	16.04												

يظهر الجدول أن أكثر التطبيقات استخداما من طرف المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف، هي تطبيقات التسلية وتطبيقات التنسيق بنسبة 35.49% لكل منهما، وتليهما تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 19.35%، ثم تطبيقات الانترنت بنسبة 06.45%،ن وأخيرا تطبيقات البلوتوث والتحميل بنسبة 03.22%، أما تطبيق الاذاعة فشكل نسبة 00%.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فالتطبيقات الاكثر استخداما من طرفهم هي تطبيقات التنسيق بنسبة 29.01%، تليها تطبيقات التسلية بنسبة 25.50%، وبعدها تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 20.22%، ثم تطبيقات البلوتوث والتحميل بنسبة 15.38%، وبعدها تطبيقات الانترنت بنسبة 07.25%، وأخيرا تطبيقات الاذاعة بنسبة 02.64%.

في حين أن التطبيقات الاكثر استخداما من طرف المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد هي تطبيقات التسلية بنسبة 32%، تليها تطبيقات التصوير والفيديو بنسبة 22.67%، ثم تطبيقات البلوتوث والتحميل بنسبة 18.67%، وأخيرا تطبيقات التنسيق وتطبيقات الانترنت بنسبة 13.33% لكل منهما، بينما مثل تطبيق الاذاعة نسبة 00%.

وبتطبيق اختبار كا^2، نجد أن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 10، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% ان المستوى الاقتصادي لا يؤثر على التطبيقات الهاتفية المفضلة لدى المبحوثين، مع احتمال خطأ يقدرب05%.

النتيجة الجزئية الاولى:

تحليل أرقام الجداول المتضمنة البيانات الخاصة بالمحور الأول من أسئلة الاستمارة والمتعلقة باستخدامات الهاتف النقال جعلتنا نتوصل الى النتائج التالية:

1) معظم المبحوثين على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية بدؤوا في استخدام الهاتف النقال منذ مدة تفوق ثلاث سنوات (77.63% من المبحوثين) وهي مدة تعتبر طويلة نسبيا.
2) معظم الطلبة الجامعيين لا يستخدمون سوى شريحة هاتفية واحدة (51.76%).
3) بداية انتشار ثقافة الإسراف الاستهلاكي لدى الطلبة الجامعيين، حيث أن 33.86% يملكون شريحين، و14.38% يملكون أكثر من شريحتين.
4) الاستخدام اليومي للنقال من طرف الطلبة الجامعيين يكون بمعدل يقل عن 30 د (43.13%)، وبمعدل أكثر من مكالمتين في اليوم (58.47%)، أما استخدام الرسائل القصيرة فيكون بمعدل رسالة واحدة في اليوم (60.06%)، في حين أن معظم الطلبة الجامعيين لا يستخدمون أبدا رسائل الوسائط المتعددة MMS (81.47%).
5) معظم المبحوثين غالبا ما يستخدمون الهاتف النقال للاستماع للموسيقى (52.72%)، وذلك لمدة تقل عن 30 د(41.78%).
6) أكثر التطبيقات الهاتفية استخداما من طرف المبحوثين هي تطبيقات التنسيق (27.27%)، وتطبيقات التسلية (26.92%).

وكخلاصة يمكن القول أن استخدام الطلبة الجامعيين للهاتف النقال لا يعتبر استخداما مكثفا عند أغلبيتهم على اعتبار أن معظمهم لا يستخدم سوى شريحة واحدة، كما أن مدة الاستهلاك اليومي تقل عن 30 د. وبالنسبة لاستخدام الهاتف النقال في الاتصالات، فإن الطلبة يفضلون الاتصال الشفوي على الاتصال المكتوب والمصور، حيث يجرون المكالمات بمعدل يفوق مكالمتين في اليوم في مقابل رسالة قصيرة واحدة، أما استخدامهم لرسائل الوسائط المتعددة فهو استخدام محدود جدا. وكثرة استهلاك المبحوثين للمكالمات ونظرا لارتفاع سعرها مقارنة بالرسائل القصيرة، يعني أن الطلبة ينفقون الكثير من الأموال على الهاتف النقال ما يعني تسبب النقال في استنزاف أموال الطلبة. كما توصلنا كذلك من خلال الجداول السابقة إلى أن استخدام الطلبة الجامعيين للهاتف النقال لا يتوقف عند الاستخدام في مجال الاتصال،

وإنما يستخدم لأغراض أخرى كالإطلاع على الوقت والتاريخ، الاستماع للموسيقى، آلة حاسبة، الألعاب، كتابة الملاحظات، التقاط الصور وتسجيل أفلام الفيديو وحتى الاتصال بشبكة الانترنت.

II. دوافع استخدام الهاتف النقال:

جدول رقم 32: توزيع أفراد العينة حسب سبب اقتناء الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
الحاجة للتواصل مع الغير	290	76.92
التقليد والاعتبارات الاجتماعية	16	04.24
أغراض العمل	69	18.30
هدية	02	0.54
المجموع	377	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

تظهر نتائج الجدول أن السبب الاول الذي دفع أفراد العينة الى اقتناء الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل مع الغير وذلك بنسبة 76.92%، و18.30% بدافع استخدامه في أغراض العمل، بينما 04.24% بدافع التقليد والاعتبارات الاجتماعية، في حين أن 0.54% من المبحوثين تحصلوا عليه كهدية.

ونلاحظ من خلال هذه النتائج أن نظرة المبحوثين للهاتف النقال تتمثل في اعتباره وسيلة اتصالية تسهل التواصل بين الناس، كما أنها وسيلة تسهل القيام بالأعمال عن بعد، وليست مجرد وسيلة يفرضها المحيط الاجتماعي بحيث يتحول امتلاكها الى مجرد تقليد .

جدول رقم 33: توزيع أفراد العينة حسب سبب اقتناء الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	الحاجة للتواصل مع الغير		التقليد والاعتبارات الاجتماعية		أغراض العمل		هدية		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	155	80.31	12	06.22	24	12.43	02	01.04	193
ذكور	135	73.37	04	02.17	45	24.46	00	00	184
المجموع	290		16		69		02		377
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	13.55								

نلاحظ من خلال الجدول أن 80.31% من الاناث يقف دافع التواصل مع الغير دون الحاجة للتنقل وراء اقتنائهن للهاتف النقال وذلك بنسبة 80.31%، و 12.40% لأغراض العمل، في حين أن 06.22% منهن قمن باقتنائه بدافع التقليد والاعتبارات الاجتماعية، بينما 01.04% منهن تحصلن عليه كهدية.

أما بالنسبة للذكور فالدافع وراء اقتنائهم للهاتف النقال هو الحاجة للتواصل مع الغير وذلك بنسبة 73.37%، أما 24.46% فهي بدافع استغلاله لأغراض العمل، بينما 02.17% بدافع التقليد والاعتبارات الاجتماعية.

ونلاحظ من خلال هذه النتائج أن أغلب المبحوثين من الجنسين دفعتهم الحاجة للتواصل مع الغير الى اقتناء الهاتف النقال، كما نلاحظ أن دافع متابعة الاعمال جعل الذكور يقتنون النقال أكثر من الاناث (24.46% من الذكور في مقابل 12.43% من الاناث)، وأن الاناث أكثر اهتماما بالاعتبارات الاجتماعية والتقليد من الذكور (06.22% من الاناث في مقابل 02.17% من الذكور).

وقد أثبت اختبار كا²، أن كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجةالحرية 3، وعليه يتم قبول الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين من حيث الدوافع التي تقف وراء اقتناء الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 34: توزيع أفراد العينة حسب سبب اقتناء الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	الحاجة للتواصل مع الغير		التقليد والاعتبارات الاجتماعية		أغراض العمل		هدية		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	19	79.17	00	00	05	20.83	00	00	24
متوسط	235	77.81	11	03.64	55	18.21	01	0.34	302
جيد	36	70.59	05	09.80	09	17.65	01	01.96	51
المجموع	290		16		69		02		377
كا²(0.05، 6)	12.59								
كا²ح	07.92								

نلاحظ من خلال الجدول أن 79.17% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف كان السبب وراء اقتنائهم الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل مع الغير، في مقابل 20.83% قاموا باقتنائه لأغراض العمل.

أما المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن السبب الذي يقف وراء اقتنائهم للهاتف النقال هو الحاجة للتواصل مع الغير وذلك بنسبة 77.81%، و18.21% لأغراض العمل، في حين أن اقتنائه لمجرد التقليد والاعتبارات الاجتماعية شكل نسبة 03.64%، و 0.34% تلقوه كهدية.

وفيما يخص أفراد العينة من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن الدافع وراء اقتنائهم للهاتف النقال هو الحاجة للتواصل مع الغير بنسبة 70.59%، و 17.65% لأغراض العمل، و 09.80%لمجرد التقليد والاعتبارات الاجتماعية، في حين أن 01.96% منهم تلقوه كهدية.

والملاحظ من خلال نتائج الجدول أن ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف لا تدفعهم الاعتبارات الاجتماعية لاقتناء الهاتف النقال على عكس ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط والجيد، أما بقية النسب فهي متقاربة نوعا ما بين المستويات الاقتصادية الثلاث.

ومن خلال اختبار كا²، نجد أن كا² المحسوبة= 07.92، وهي أصغر من كا²(0.05، 6)، ومن ثم يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على دوافع اقتناء الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 35: توزيع أفراد العينة حسب نوع المكالمات التي يجرونها:

التكرارات / نوع المكالمات	التكرار	النسبة%
مكالمات عمل	77	16.07
مع الأهل والأصدقاء	285	59.50
مكالمات عاطفية	112	23.38
مكالمات دينية	05	01.05
المجموع	479	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

نلاحظ من خلال الجدول أن 59.50% من المكالمات التي يجريها المبحوثين هي مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و 23.38% مكالمات عاطفية، بينما 16.07% من المكالمات المجرات هي مكالمات عمل، و 01.05% مكالمات دينية تتضمن الاستشارات والحصول على بعض الفتاوى الدينية من المختصين.

والملاحظ من خلال النسب أن أغلب استعمالات المبحوثين للمكالمات تصب في إطار ربط العلاقات ومحاولة الإبقاء عليها وتقويتها، سواء كان ذلك مع الاهل والأصدقاء أو مع الجنس الآخر، وهي عادة ما تتناول مواضيع عادية وسطحية غير جادة، وبنسبة أقل يتم استخدام المكالمات لمتابعة الامور المتعلقة بالعمل، مما يشير الى الاستخدام السلبي للهاتف النقال من طرف المبحوثين.

جدول رقم 36: توزيع أفراد العينة حسب نوع المكالمات التي يجرونها وفق متغير الجنس:

المكالمات / الجنس	مكالمات عمل		مع الأهل والأصدقاء		مكالمات عاطفية		مكالمات دينية		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	27	11.06	154	63.11	60	24.60	03	01.23	244
ذكور	50	21.28	131	55.74	52	22.13	02	0.85	235
المجموع	77		285		112		05		479
$كا^2$(0.05، 3)	07.81								
$كا^2$ح	09.30								

يبين الجدول أن 63.11% من الاناث يقمن بإجراء مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و24.60% منهن تتمثل المكالمات التي يجرينها في المكالمات العاطفية، بينما يجرين مكالمات العمل بنسبة 11.06%، و 01.23% مكالمات دينية.

أما الذكور فإن 55.74% من المكالمات التي يقومون بإجرائها هي مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و 22.13%مكالمات عاطفية، و 21.28% مكالمات عمل، و 0.85%مكالمات دينية.

والملاحظ من خلال النسب أن الاناث يجرين المكالمات مع الاهل والأصدقاء والمكالمات العاطفية بنسب أعلى نوعا ما من الذكور، في حين أن الذكور يجرون مكالمات العمل أكثر من الاناث(21.28% للذكور في مقابل 11.06% للإناث).

وأكد اختبار $كا^2$ أن هناك فروقا بين الجنسين من حيث نوع المكالمات، حيث قدرت قيمة $كا^2$ المحسوبة بـ09.30، و$كا^2$ الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 03، قدرت بـ 07.81، أي أن $كا^2$ المحسوبة > من و$كا^2$ الجدولية مما يعني قبول الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين من حيث نوع المكالمات المجرات، مع احتمال خطأ يقدربـ 05%.

جدول رقم 37: توزيع أفراد العينة حسب نوع المكالمات التي يجرونها وفق متغير المستوى الاقتصادي:

المكالمات / المستوى الاقتصادي	مكالمات عمل		مع الأهل والأصدقاء		مكالمات عاطفية		مكالمات دينية		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	07	22.58	18	58.06	06	19.36	00	00	31
متوسط	59	15.48	227	59.58	90	23.62	05	01.32	381
جيد	11	16.42	40	59.70	16	23.88	00	00	67
المجموع	77		285		112		05		479
كا²(0.05، 6)	12.59								
كا²ح	02.36								

نلاحظ من خلال الجدول أن 58.06% من المكالمات التي يجريها المبحوثون من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف هي مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و 22.58% مكالمات عمل، بينما 19.36% عبارة عن مكالمات عاطفية.

أما ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 59.58% من مكالماتهم عبارة عن مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و23.62% عبارة عن مكالمات عاطفية، و 15.48% مكالمات عمل، في حين أن 01.32% من مكالماتهم عبارة عن مكالمات دينية.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 59.70%من مكالماتهم عبارة عن مكالمات مع الاهل والأصدقاء، و23.88% عبارة عن مكالمات عاطفية، في مقابل 16.42% من مكالمات عمل.

والملاحظ من خلال النسب أن هناك تقارب في النتائج ما بين المبحوثين من مختلف المستويات الاقتصادية، حيث أن اغلبهم يجرون مكالمات مع الاهل والأصدقاء (58.06% لذوي المستوى الاقتصادي الضعيف، و59.58% لذوي المستوى المتوسط، و59.70% لذوي المستوى الجيد)، كذلك على مستوى المكالمات العاطفية (23.62% لذوي المستوى الاقتصادي الضعيف، و23.62% لذوي المستوى المتوسط، و23.88% لذوي المستوى الجيد)، أما فيما يخص مكالمات عمل، فإن المبحوثين من المستوى الاقتصادي الضعيف يتفوقون على بقية المستويات (22.58% في مقابل 15.48% لذوي

المستوى الاقتصادي المتوسط، و16.42% لذوي المستوى الجيد)، كما نلاحظ أن ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط هم فقط من يجرون المكالمات الدينية بنسبة 01.32%.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية مما يعني قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% ان المستوى الاقتصادي لا يؤثر على نوع المكالمات التي يجريها المبحوثين، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 38: توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام SMS :

التكرارات / الاسباب	التكرار	النسبة%
تبادل التهاني في المناسبات	225	35.16
تبادل الاخبار	143	22.34
ضبط المواعيد	147	22.97
التعبير عن المشاعر العاطفية	114	17.81
قلة الرصيد	11	01.72
المجموع	640	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب الاول الذي يدفع المبحوثين لاستخدام الرسائل القصيرة هو تبادل التهاني في المناسبات وذلك بنسبة 35.16% من استخدامات SMS، و22.97% من الاستخدام يكون لضبط المواعيد، و22.34% لتبادل الأخبار، بينما شكل استخدام الرسائل القصيرة للتعبير عن المشاعر العاطفية نسبة 17.81%، أما استخدامها بسبب قلة الرصيد فقد شكل نسبة 01.72%.

والملاحظ من خلال النتائج أن أغلب المبحوثين يرون في الرسائل القصيرة وسيلة مناسبة لتبادل التهاني وضبط المواعيد وتأكيدها وكذا تبادل الأخبار السريعة، كما نلاحظ أن رسائل SMS تعتبر بديلا في حالة قلة الرصيد.

جدول رقم 39: توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام SMS وفق متغير الجنس:

الأسباب / الجنس	تبادل التهاني في المناسبات		تبادل الاخبار		ضبط المواعيد		التعبير عن المشاعر العاطفية		قلة الرصيد		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	119	33.06	93	25.83	80	22.22	64	17.78	04	01.11	360
ذكور	106	37.86	50	17.85	67	23.94	50	17.85	07	02.50	280
المجموع	225		143		147		114		11		640
كا^2(4، 0.05)	09.48										
كا^{2}ح	07.47										

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب وراء استخدام الاناث للرسائل القصيرة هو تبادل التهاني في المناسبات والأعياد بنسبة 33.06%، كما يستخدمنها لتبادل الاخبار بنسبة 25.83%، و22.22% من الاستخدام يكون لضبط المواعيد، و 17.78% للتعبير عن المشاعر العاطفية، و01.11% بسبب قلة الرصيد.

أما بالنسبة للذكور فإن 37.86% من استخدامهم للرسائل القصيرة يكون لدافع تبادل التهاني في المناسبات والأعياد، و 23.93% لضبط المواعيد، و 17.85% لتبادل الاخبار السريعة وكذا التعبير عن المشاعر العاطفية، بينما 02.50% من الاستخدام يكون بسبب قلة الرصيد.

وحسب اختبار كا²، فإن قيمة كا² المحسوبة قدرت بـ 07.47، وهي أصغر من قيمة كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، حيث قدرت قيمتها بـ09.48، ومن ثم يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في أسباب ودوافع استخدام الرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدربـ05%.

جدول رقم 40: توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام SMS وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الأسباب \ المستوى الاقتصادي		ضعيف	متوسط	جيد	المجموع	كا² (8،0.05)	كا²ح
تبادل التهاني في المناسبات	التكرار	17	182	26	225	15.50	04.11
	النسبة%	40.48	35.13	32.50			
تبادل الأخبار	التكرار	08	116	19	143		
	النسبة%	19.05	22.40	23.75			
ضبط المواعيد	التكرار	11	117	19	147		
	النسبة%	26.19	22.59	23.75			
التعبير عن المشاعر العاطفية	التكرار	06	92	16	114		
	النسبة%	14.28	17.76	20			
قلة الرصيد	التكرار	00	11	00	11		
	النسبة%	00	02.12	00			
المجموع		42	518	80	640		

نلاحظ من خلال ارقام الجدول أن السبب الاول وراء استخدام الرسائل القصيرة من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف، هو تبادل التهاني في المناسبات والأعياد وذلك بنسبة 40.48%، وأن استخدامهم للرسائل القصيرة بغرض ضبط المواعيد شكل نسبة 26.19%، و 19.05% من الاستخدام يكون بدافع تبادل الأخبار السريعة، و 14.28% للتعبير عن المشاعر العاطفية، بينما شكل استخدامهم للرسائل القصيرة بسبب قلة الرصيد نسبة 00%.

وبالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن استخدامهم الرسائل القصيرة لغرض تبادل التهاني في المناسبات والأعياد شكل نسبة 35.13%، تليها استخداماتها لضبط المواعيد بنسبة 22.59%، ولتبادل الأخبار السريعة بنسبة 22.40%، ثم تأتي استخدامات SMS للتعبير عن المشاعر العاطفية بنسبة 17.76%، وأخيرا بسبب قلة الرصيد بنسبة 02.12%.

أما ذوي المستوى الاقتصادي الجيد من المبحوثين فإن استخدامهم للرسائل القصيرة غالبا ما يكون لتبادل التهاني في المناسبات والأعياد وذلك بنسبة 32.50%، تليها استخدامات SMS لضبط المواعيد وتبادل الأخبار السريعة بنسبة 23.75% لكل منهما، وأخيرا استخداماتها لغرض التعبير عن المشاعر العاطفية بنسبة 20%. كما شكل استخدام الرسائل القصيرة بسبب قلة الرصيد بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد نسبة 00%، وهو نفس الشيء بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الضعيف.

وطبقا لاختبار كا²، فإن كا² المحسوبة = 04.11، وهي أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 8، والتي تقدر بـ 15.50، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على أسباب ودوافع استخدام الرسائل القصيرة من قبل المبحوثين، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 41: توزيع أفراد العينة حسب تخزين المعلومات الخاصة في الهاتف النقال:

التكرارات / الخيارات	التكرار	النسبة%
نعم	205	65.50
لا	108	34.50
المجموع	313	100

تظهر نتائج الجدول أن 65.50% من المبحوثين يستغلون الهاتف النقال لتخزين المعلومات الخاصة، بينما 34.50% منهم لا يفعلون ذلك.

وقد يرجع السبب في ذلك الى كون الهاتف النقال وسيلة شخصية، وغالبا ما تكون ملازمة لصاحبها، وبالتالي تستغل لكتابة بعض الملاحظات والمذكرات التي تحوي معلومات خاصة بالنسبة للمبحوثين.

جدول رقم 42: توزيع أفراد العينة حسب تخزين المعلومات الخاصة في الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	102	61.82	63	38.18	165
ذكور	103	69.60	45	30.40	148
المجموع	205		108		313
كا^2(0.05، 1)	03.84				
كا^{2}ح	02.08				

نلاحظ من خلال الجدول أن 61.82% من الاناث يقمن بتخزين معلومات خاصة في هواتفهن النقالة، في مقابل 38.18% لا يقمن بذلك،

كما نلاحظ أن 69.60% من الذكور يستغلون الهاتف النقال لتخزين معلومات خاصة بالنسبة لهم، و 30.40% لا يفعلون ذلك.

ورغم أن النسب متقاربة إلا أننا نلاحظ أن الذكور أكثر استخداما للنقال في تخزين المعلومات الخاصة من الاناث وذلك بنسبة 69.60% في مقابل 61.82% من الاناث.

وبتطبيق اختبار كا²، نجد أن كا² المحسوبة أقل من كا²(0.05، 1)، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في تخزين المعلومات الخاصة في الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 43: توزيع أفراد العينة حسب تخزين المعلومات الخاصة في الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	12	60	08	40	20
متوسط	170	67.46	82	32.54	252
جيد	23	56.10	18	43.90	41
المجموع	205		108		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	02.28				

نلاحظ من خلال الجدول أن 60% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يستخدمون الهاتف النقال لتخزين معلومات خاصة، في حين أن 40% منهم لا يفعلون ذلك.

وبالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 67.46% منهم يقومون بتخزين معلومات خاصة في هواتفهم النقالة، في مقابل 32.54% لا يفعلون ذلك.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 56.10% منهم يستغلون الهاتف النقال لتخزين معلومات خاصة، يقابلهم 43.90% لا يقومون بذلك.

وبتطبيق اختبار كا²، نجد أن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 2)، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على استخدام الهاتف النقال في تخزين المعلومات الخاصة والشخصية، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 44: توزيع أفراد العينة حسب مناسبة الهاتف النقال لحفظ الأسرار:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
نعم	87	27.80
لا	226	72.20
المجموع	313	100

يبين الجدول أن 72.20% من المبحوثين لا يعتبرون الهاتف النقال وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار، فيما يعتبره 27.80% منهم مناسبا.

والملاحظ أنه على الرغم من استغلال الهاتف النقال من طرف أغلبية المبحوثين في تخزين المعلومات الشخصية الخاصة، إلا أن اغلبهم لا يثقون فيه ويعتبرونه وسيلة غير مناسبة لحفظ الأسرار، وقد يرجع السبب في ذلك الى إطلاع بعض المحيطين بهم على محتويات هواتفهم النقالة .

جدول رقم 45: توزيع أفراد العينة حسب مناسبة الهاتف النقال لحفظ الأسرار وفق متغير الجنس:

الجنس / الخيارات	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	46	27.88	119	72.12	165
ذكور	41	27.70	107	72.30	148
المجموع	87		226		313
كا^2(0.05، 1)	03.84				
كا^{2}ح	0.001				

نلاحظ من خلال الجدول أن النسب متقاربة جدا ما بين الجنسين من حيث النظر الى الهاتف النقال كوسيلة لحفظ الأسرار، حيث أن 72.12% من الاناث يرين بأن الهاتف النقال لا يعتبر وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار، وهي نفس النسبة تقريبا التي شكلها الذكور ممن يعتبرون النقال غير مناسب لحفظ الأسرار حيث شكلوا نسبة 72.30%. وتبين أرقام الجدول كذلك أن 27.88% من الاناث يرين أن الهاتف النقال وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار، في مقابل 27.70% من الذكور الذين يعتبرونه كذلك مناسبا

لحفظ الأسرار. وقد أثبت اختبار كا² أنه لا توجد فروق بين الجنسين في النظر للهاتف النقال كوسيلة لحفظ الأسرار، حيث قدرت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.001، بينما كا²(0.05، 1) = 03.84، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين من حيث النظرة للهاتف النقال كوسيلة لحفظ الأسرار، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 46: توزيع أفراد العينة حسب مناسبة الهاتف النقال لحفظ الأسرار وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	20	16	80	20
متوسط	73	28.97	179	71.03	252
جيد	10	24.39	31	75.61	41
المجموع	87		226		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	0.98				

تبين أرقام الجدول أن 80% من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون أن الهاتف النقال لا يعتبر وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار، في مقابل 20% منهم يرون العكس.

نفس الشيء بالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، حيث يعتبر 71.03% منهم أن الهاتف النقال ليس مناسبا لحفظ الأسرار، في حين يرى 28.97% منهم أنه مناسب.

أما فيما يخص ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 75.61% منهم لا يعتبرون النقال وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار، في الوقت الذي يعتبره 24.39% منهم مناسبا.

وقد أثبت اختبار كا² أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على نظرة المبحوثين للهاتف النقال كوسيلة لحفظ الأسرار، إذ قدرت قيمة كا² المحسوبة بـ 0.98، وهي أصغر من قيمة كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على اتجاه المبحوثين نحو الهاتف النقال كوسيلة لحفظ الأسرار، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 47: توزيع أفراد العينة حسب تفضيل خدمة SMS أو المكالمات:

الخيارات \ التكرارات	التكرار	النسبة%
SMS	70	22.36
المكالمات	243	77.64
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 77.64% من المبحوثين يفضلون خدمة المكالمات، في مقابل 22.36% منهم يفضلون خدمة الرسائل القصيرة، رغم أن هذه الاخيرة تعتبر أقل تكلفة من المكالمات التي تستنزف الكثير من الأموال، لكن رغم هذا نلاحظ أن معظم أفراد العينة يتجهون إليها عوضا من الاعتماد على رسائل SMS، وقد يرجع السبب في ذلك الى كون خدمة المكالمات تتيح لهم الفرصة للاتصال المباشر مع الطرف الآخر وبالتالي يكون هناك تفاعل أكثر.

جدول رقم 48: توزيع أفراد العينة حسب تفضيل خدمة SMS أو المكالمات وفق متغير الجنس:

الجنس \ الخيارات	SMS		المكالمات		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	42	25.45	123	74.55	165
ذكور	28	18.92	120	81.08	148
المجموع	70		243		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	01.91				

تظهر أرقام الجدول أن 74.55% من الاناث يفضلن خدمة المكالمات، في مقابل 25.45% منهن يفضلن خدمة الرسائل القصيرة.

أما بالنسبة للذكور فإن 81.08% منهم يفضلون خدمة المكالمات، و 18.92% يفضلون خدمة الرسائل القصيرة.

ونلاحظ أنه بالنسبة لكلا الجنسين هناك توجه نحو تفضيل خدمة المكالمات أكثر من خدمة الرسائل القصيرة. وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 1)، أي قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في المفاضلة بين خدمتي المكالمات والرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 49: توزيع أفراد العينة حسب تفضيل خدمة SMS أو المكالمات وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	SMS		المكالمات		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	15	17	85	20
متوسط	59	23.41	193	76.59	252
جيد	08	19.51	33	80.49	41
المجموع	70		243		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	0.96				

من خلال الجدول نلاحظ أن 85% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يفضلون خدمة المكالمات، و15% منهم يفضلون خدمة الرسائل القصيرة، رغم قلة تكلفة SMS مقارنة بتكلفة المكالمات.

وبالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن أغلبهم يفضلون خدمة المكالمات وذلك بنسبة 76.59%، في مقابل 23.41% منهم يفضلون خدمة الرسائل القصيرة.

ونفس الشيء بالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، حيث أن 80.49% منهم يفضلون خدمة المكالمات، في حين أن 19.51% منهم يفضلون خدمة الرسائل القصيرة.

والملاحظ أنه على الرغم من اختلاف المستويات الاقتصادية بين أفراد العينة إلا أن تفضيل خدمة المكالمات يأتي في المقدمة رغم أنها تعتبر مكلفة نوعا ما. وقد أثبت اختبار كا² أن، كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على المفاضلة ما بين خدمتي المكالمات والرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 50: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة SMS :

الاسباب / التكرارات	التكرار	النسبة%
أقل تكلفة	42	46.15
مختصرة وتسمح بتفادي الاحراج	18	19.78
تسمح بالتعبير افضل	31	34.07
المجموع	91	100

(* المبحوث أعطى اكثر من خيار)

تظهر أرقام الجدول أن السبب وراء تفضيل بعض المبحوثين لخدمة الرسائل القصيرة، هو كونها لا تكلف كثيرا مقارنة بخدمة المكالمات، وذلك بنسبة 46.15%، أما السبب الثاني فيرجع الى أنها تسمح لهم بالتعبير عن مشاعرهم ومكنوناتهم أفضل من خدمة المكالمات وذلك بنسبة 34.07%، فهم في هذه الحالة يرون أن الاتصال المكتوب أكثر قدرة على ايصال المعلومة وبأكثر اريحية من الاتصال الشفوي. كما نلاحظ من خلال الجدول كذلك أن صفة الاختصار التي تتميز بها الرسائل القصيرة تقف وراء تفضيلها على المكالمات من طرف بعض المبحوثين بنسبة 19.78%، إذ تسمح لهم بايصال المعلومة بأقل عدد ممكن من الكلمات وبسرعة، كما أنها تساعد كثيرا في تفادي الوضعيات الحرجة كإلغاء المواعيد مثلا أو الاعتذار.

جدول رقم 51: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة SMS وفق متغير الجنس:

الأسباب / الجنس	أقل تكلفة		مختصرة وتسمح بتفادي الاحراج		تسمح بالتعبير افضل		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرارا	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	25	44.64	10	17.85	21	37.51	56
ذكور	17	48.57	08	22.86	10	28.57	35
المجموع	42		18		31		91
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	0.83						

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب وراء تفضيل الاناث لخدمة الرسائل القصيرة يعود لكونها أقل تكلفة من المكالمات وذلك بنسبة 44.64%، بينما يرجع السبب الثاني الى كونها معبرة أكثر بنسبة 37.51%، في حين أن السبب الثالث يتمثل في كونها مختصرة وتسمح بتفادي الاحراج بنسبة 17.85%.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للذكور، حيث يرجع أغلبهم سبب تفضيلهم لSMS الى أنها غير مكلفة مقارنة بالمكالمات وذلك بنسبة 48.57%، و 28.57% لأنها أفضل وسيلة للتعبير عن ما يجول في الخاطر، و22.86% لأنها تفيد الاختصار وتسمح بتفادي الوضعيات الحرجة.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة = 0.83، وهي أصغر من كا²(0.05، 2)، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في أسباب تفضيل خدمة الرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 52: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة SMS وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الأسباب / الجنس	أقل تكلفة		مختصرة وتسمح بتفادي الاحراج		تسمح بالتعبير أفضل		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرارا	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	75	00	00	01	25	04
متوسط	34	45.33	18	24	23	30.67	75
جيد	05	41.66	00	00	07	58.34	12
المجموع	42		18		31		91
كا^2(0.05، 4)	09.48						
كا^{2}ح	03.87						

تظهر أرقام الجدول أن المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرجعون سبب تفضيلهم للرسائل القصيرة الى كونها أقل تكلفة وذلك بنسبة 75%، في مقابل 25% لأنها أفضل وسيلة للتعبير عن المشاعر.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإنهم يرجعون السبب الى قلة تكلفتها بنسبة 45.33%، و30.67% لأنها تسمح بالتعبير أفضل من المكالمات المباشرة التي قد تسبب حرجا، و24% لأنها مختصرة وتسمح بتفادي الوضعيات الحرجة.

بينما المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فيفضلون خدمة الرسائل القصيرة لأنها تتيح لهم فرصة أفضل للتعبير وايضاح المعلومة وذلك بنسبة 58.34%، و 41.66% لانخفاض تكلفتها، رغم مستواهم الاقتصادي الجيد.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^{2}الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على أسباب تفضيل خدمة الرسائل القصيرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 53: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة المكالمات:

الأسباب / التكرارات	التكرار	النسبة%
سريعة	77	26.10
واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الاخر	95	32.20
تسمح بالتعبير أفضل	87	29.49
عدم الثقة في SMS	36	12.21
المجموع	295	100

(* المبحوث أعطى اكثر من خيار)

تظهر أرقام الجدول أن سبب تفضيل المبحوثين لخدمة المكالمات هو كونها اكثر واقعية ومباشرة من الرسائل القصيرة، كما أن الاتصال المباشر من خلال الصوت حسبهم يسمح لهم بالتفاعل اكثر مع الطرف الآخر، وذلك بنسبة 32.20%، و29.49% لأنها تتيح لهم الفرصة والمساحة الكافية للتعبير عن كل ما يريدون دون التقيد بعدد محدود من الكلمات كما هو الحال مع خدمة الرسائل القصيرة، و26.10% لانها سريعة وتمكنهم من الحصول على الاجابات وردود الافعال مباشرة، كما ارجع المبحوثين كذلك سبب تفضيلهم للمكالمات الى عدم ثقتهم في خدمة الرسائل القصيرة وذلك بنسبة 12.21%، وترجع عدم ثقتهم بSMS لإمكانية قرائتها من طرف شخص آخر، خاصة إذا كانت تحوي معلومات خاصة أو سرية، كما أن الاطلاع على محتواها قد لا يكون في حينه من الطرف المستقبل، وبالتالي التأخر في الحصول على الرد.

جدول رقم 54: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة المكالمات وفق متغير الجنس:

الاسباب / الجنس	سريعة		واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الاخر		تسمح بالتعبير أفضل		عدم الثقة في SMS		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	42	28.57	46	31.29	38	25.85	21	14.29	147
ذكور	35	23.65	49	33.10	49	33.10	15	10.15	148
المجموع	77		95		87		36		295
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	05								

نلاحظ من خلال الجدول أن الاناث يرجعن سبب تفضيلهن لخدمة المكالمات الى كونها اكثر واقعية وتتيح التفاعل مع الطرف الآخر وذلك بنسبة 31.29%، و28.57% لأنها اكثر سرعة في الاداء من SMS، و 25.85% لأنها تسمح بالتعبير أفضل من الرسائل القصيرة، وأخيرا 14.29% بسبب عدم الثقة في SMS.

وبالنسبة للذكور فإنهم يرجعون السبب الى كونها اكثر واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الآخر كما في حالة الاتصال الشخصي المباشر، كما أنها تعطي مساحة أكبر من الوقت بما يسمح بالتعبير أفضل وذلك بنسبة 33.10% لكلا السببين، و23.65% لأنها سريعة في الاداء وفي الحصول على رد الفعل، و10.15% لعدم الثقة في الرسائل القصيرة.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة = 05، بينما كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 3 فهي تقدر بـ 07.81، أي أن كا² المحسوبة < من كا²(0.05، 3)، أي قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% انه لا توجد فروق بين الجنسين في أسباب تفضيل خدمة المكالمات، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 55: توزيع أفراد العينة حسب أسباب تفضيل خدمة المكالمات وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الاسباب / المستوى الاقتصادي	سريعة		واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الاخر		تسمح بالتعبير أفضل		عدم الثقة في SMS		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	17.40	07	30.43	09	39.13	03	13.04	23
متوسط	59	25.54	76	32.90	70	30.30	26	11.26	231
جيد	14	34.15	12	29.27	08	19.51	07	17.07	41
المجموع	77		95		87		36		295
كا²(0.05، 6)	12.59								
كا²ح	08.23								

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يفضلون خدمة المكالمات لأنها مناسبة أكثر للتعبير وذلك بنسبة 39.13%، و30.43% لأنها واقعية وتتيح التفاعل مع الطرف الآخر، فهم يرون أن المكالمات أقرب للاتصال الشخصي المباشر، أما السبب الآخر فهو سرعة المكالمات وذلك بنسبة 17.40%، و13.04% بسبب عدم الثقة في SMS.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإنهم يرجعون السبب الى كونها واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الآخر وذلك بنسبة 32.90%، و30.30% لأنها تسمح بالتعبير أفضل، و25.54% لأنها سريعة، وأخيرا 11.26% لعدم الثقة في SMS.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد من المبحوثين، فإن السبب وراء تفضيلهم للمكالمات هو كونها سريعة وتسمح بالحصول على رد الفعل أو الإجابة بطريقة فورية وذلك بنسبة 34.15%، و29.27% لأنها واقعية وتسمح بالتفاعل مع الطرف الآخر، و19.51% لأنها تسمح بالتعبير أفضل، و17.07% لعدم الثقة في الرسائل القصيرة.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا²(0.05، 6)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على أسباب تفضيل خدمة المكالمات، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 56: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	74	23.64
أحيانا	194	61.98
نادرا	45	14.38
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 61.98% من المبحوثين يساعدهم الهاتف النقال أحيانا على تفادي الوضعيات الحرجة، كالتأخر على موعد ما أو إلغاءه، أو حتى الحاجة لمساعدة شخص آخر والاتصال به عند حالات الطوارىء، أو التنصل من بعض المواقف. بينما أقر 23.64% منهم أن الهاتف النقال يساعدهم على ذلك في غالب الأوقات، في حين أن 14.38% اعتبروا أن الهاتف النقال نادرا ما يساعدهم على تفادي الوضعيات الحرجة.

ومن خلال هذه النتائج يمكن أن نستنتج بأن الهاتف النقال كوسيلة اتصال ساهم الى حد كبير في ايجاد مخارج من الوضعيات الحرجة التي يكون فيها الفرد بحاجة الى الاتصال بطرف آخر أو استشارته.

جدول رقم 57: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	30	18.18	112	67.88	23	13.94	165
ذكور	44	29.73	82	55.40	22	14.87	148
المجموع	74		194		45		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	06.38						

تظهر أرقام الجدول أن 67.88% من الاناث يقررن بأن الهاتف النقال يساعدهن أحيانا في تفادي الوضعيات الحرجة، بينما يرى 18.18% منهن أنه غالبا ما يساعد على ذلك، في مقابل 13.94% منهن يرين بأنه نادرا ما يساعدهن النقال في تفادي الوضعيات الحرجة.

وبالنسبة للذكور فإن 55.40% منهم يساعدهم الهاتف النقال أحيانا في تفادي الوضعيات الحرجة، بينما 29.73% منهم غالبا ما يساعدهم على ذلك، في حين أن 14.87% من الذكور نادرا ما يساعدهم الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، كما موضح في الجدول، ومنه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في اعتبار الهاتف النقال وسيلة تساعد على تفادي الوضعيات الحرجة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 58: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	09	45	09	45	02	10	20
متوسط	59	23.41	156	61.90	37	14.69	252
جيد	06	14.63	29	70.73	06	14.64	41
المجموع	74		194		45		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	05.17						

يظهر الجدول أن 45% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف غالبا ما يساعدهم الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة، وهي نفس نسبة الذين يساعدهم في ذلك أحيانا من نفس الفئة، في مقابل 10% منهم نادرا ما يساعدهم النقال على تفادي الوضعيات الحرجة.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 61.90% منهم يساعدهم الهاتف النقال أحيانا عل تفادي الوضعيات الحرجة، و23.41% غالبا ما يساعدهم على ذلك، أما 14.69% فنادرا ما يساعدهم .

أما المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 70.73% منهم يساعدهم الهاتف النقال أحيانا على تفادي الوضعيات الحرجة، أما الذين غالبا ما يساعدهم على ذلك فقد شكلوا نفس النسبة التي مثلها من يساعدهم في ذلك نادرا وهي 14.64%.

وبتطبيق اختبار كا²، فأن كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على اتجاه المبحوثين نحو مساعدة الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 59: توزيع أفراد العينة حسب استغلال الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان التواجد:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	25	07.99
أحيانا	127	40.57
نادرا	77	24.60
أبدا	84	26.84
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 40.57% من المبحوثين أحيانا ما يستغلون الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم وظروفهم، في مقابل 26.84% من المبحوثين الذين لا يفعلون ذلك أبدا، أما 24.60% من أفراد العينة فإنهم نادرا ما يستغلون النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم، في مقابل 07.99% من الذين يفعلون ذلك بصفة دائمة.

ويمكن أن نستنتج من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال لعب دورا في تفشي ظاهرة الكذب ما بين الأفراد، وذلك من خلال إعطاء معلومات مغايرة للواقع كالمعلومات المتعلقة بأماكن الوجود أو الظروف والحالات التي يتواجد بها الأشخاص.

جدول رقم 60: توزيع أفراد العينة حسب استغلال الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان التواجد وفق متغير الجنس:

تكرار / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	10	06.06	58	35.15	38	23.03	59	35.76	165
ذكور	15	10.13	69	46.62	39	26.35	25	16.90	148
مجموع	25		127		77		84		313
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	14.80								

تبين أرقام الجدول أن 35.76% من الاناث لم يقمن أبدا باستغلال الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان تواجدهن أو ظروفهن، في حين أن 35.15% منهن يفعلن ذلك أحيانا، و23.03% نادرا ما يستغلون النقال لإعطاء معلومات خاطئة فيما يخص مكان تواجدهن أو ظروفهن، في مقابل 06.06% منهن يفعلن ذلك غالبا.

أما بالنسبة للذكور فإن 46.62% منهم يستغلون النقال أحيانا في إعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم أو ظروفهم، و26.35% نادرا ما يفعلون ذلك، في حين أن 16.90% منهم لا يستغلون الهاتف النقال أبدا في إعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم أو ظروفهم، في مقابل 10.13% من الذين غالبا ما يفعلون ذلك.

ويتضح من خلال هذه الارقام أن الذكور اكثر استغلالا للهاتف النقال في إعطاء المعلومات الخاطئة أو الكذب إن صح القول من الاناث.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أكبر ن كا² (0.05، 3)، مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% ان هناك فروقا بين الجنسين في استغلال الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان التواجد أو ظروف الفرد، مع احتمال خطأ يقدر ب 05%.

جدول رقم 61: توزيع أفراد العينة حسب استغلال الهاتف النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان التواجد وفق متغير المستوى الاقتصادي:

التكرارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	02	10	12	60	01	05	05	25	20
متوسط	21	08.33	96	38.09	67	26.59	68	26.99	252
جيد	02	04.87	19	46.34	09	21.95	11	26.84	41
المجموع	25		127		77		84		313
كا²(0.05، 6)	12.59								
كا²ح	04.87								

نلاحظ من خلال الجدول أن 60% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يستغلون النقال أحيانا لإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم أو ظروفهم، و25% منهم لا يفعلون ذلك أبدا، في مقابل 10% من الذين يقومون بذلك غالبا، و05% نادرا ما يستغلون النقال للكذب.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 38.09% منهم أحيانا ما يستغلون النقال لإعطاء معلومات خاطئة بشأنهم، في مقابل 26.99% من الذين لا يقومون بذلك أبدا، بينما 26.59% منهم نادرا ما يستغلون النقال للكذب، في مقابل 08.33%من الذين يفعلون ذلك غالبا.

أما ذوي المستوى الاقتصادي الجيد من المبحوثين، فإن 46.34% منهم يستغلون النقال أحيانا لإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم أو ظروفهم، في مقابل 26.84% من الذين لا يقومون بذلك أبدا. كما يظهر الجدول أن 21.95%من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد نادرا ما يستغلون النقال للكذب، في مقابل 04.87% من الذين غالبا ما يستغلونه في ذلك.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 6)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على استغلال الهاتف النقال في الكذب، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 62: توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم للهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
وسيلة تسلية	133	27.42
وسيلة لإقامة العلاقات أو الحفاظ عليها	198	40.82
وسيلة لانجاز الأعمال	154	31.76
المجموع	485	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يعتبرون الهاتف النقال وسيلة لإقامة العلاقات أو الحفاظ عليها وذلك بنسبة 40.82% ، ويرون أنه وسيلة لإنجاز الأعمال بنسبة 31.76% ، في حين أنهم يعتبرون النقال مجرد وسيلة للتسلية بنسبة 27.42%.

وتجعلنا هذه النتائج نستنتج أن الهاتف النقال أصبح وسيلة اتصال أساسية في بناء العلاقات مع الآخرين وتقويتها والحفاظ عليها، كما أنه بات يساعد كثيرا على انجاز الأعمال ومتابعتها دون الحاجة الى التنقل.

جدول رقم 63: توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم للهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	وسيلة تسلية		وسيلة لإقامة العلاقات أو الحفاظ عليها		وسيلة لانجاز الأعمال		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	72	28.91	110	44.18	67	26.91	249
ذكور	61	25.85	88	37.29	87	36.86	236
المجموع	133		198		154		485
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	05.43						

تبين نتائج الجدول أن أغلب الاناث يعتبرن الهاتف النقال وسيلة لإقامة العلاقات مع الآخرين والحفاظ عليها وذلك بنسبة 44.18% ، ويعتبرنه مجرد وسيلة للتسلية بنسبة 28.91%، في حين أنهن يرينه وسيلة لإنجاز الأعمال بنسبة 26.91%.

أما بالنسبة للذكور فإنهم يرون أن الهاتف النقال وسيلة لإقامة العلاقات والحفاظ عليها وذلك بنسبة 37.29% ، كما يشكل الهاتف النقال بالنسبة لهم وسيلة لإنجاز الأعمال بنسبة 36.86% ، ويعتبرونه مجرد وسيلة للتسلية بنسبة 25.85%.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة = 05.43، وهي أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، إذا يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن الجنس لا يؤثر على رؤية الفرد للهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 64: توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم للهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	وسيلة تسلية		وسيلة لإقامة العلاقات أو الحفاظ عليها		وسيلة لانجاز الأعمال		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	07	22.58	14	45.16	10	32.26	31
متوسط	112	28.14	162	40.70	124	31.16	398
جيد	14	25	22	39.29	20	35.71	56
المجموع	133		198		154		485
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	0.95						

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون أن الهاتف النقال وسيلة لإقامة العلاقات والحفاظ عليها بنسبة 45.16%، و32.26% كوسيلة للإنجاز الأعمال، و22.58 % كوسيلة تسلية.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإنهم يرون أن النقال وسيلة لإقامة العلاقات والحفاظ عليها بنسبة 40.70%، و31.16% كوسيلة لإنجاز الأعمال، و28.14% كوسيلة تسلية.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد، حيث يعتبرون أن الهاتف النقال وسيلة لبناء العلاقات والحفاظ عليها بنسبة 39.29%، و35.71% كوسيلة لإنجاز الأعمال، و25% كوسيلة تسلية.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، إذا يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على رؤية الأفراد إلى الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

النتيجة الجزئية الثانية:

تحليل إجابات المبحوثين حول الأسئلة التي تستهدف الكشف عن دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للهاتف النقال، جعلتنا نصل إلى النتائج التالية:

1) الدافع وراء اقتناء الهاتف النقال من طرف الطلبة الجامعيين هو الحاجة للتواصل مع الغير (76.92%).
2) تتمثل معظم المكالمات التي يجريها الطلبة الجامعيين في مكالمات مع الاهل والأصدقاء (59.50%).
3) الدافع وراء استخدام الرسائل القصيرة يتمثل في تبادل التهاني في المناسبات والأعياد (35.16%)، وضبط المواعيد (22.97%)، وكذا تبادل الاخبار السريعة (22.34%).
4) يستخدم الطالبة الجامعيين الهاتف النقال لتخزين معلومات خاصة بالنسبة لهم (65.50%)، على الرغم من عدم ثقتهم فيه كوسيلة مناسبة لحفظ الأسرار (72.20%).
5) معظم الطلبة الجامعيين يفضلون خدمة المكالمات على خدمة الرسائل القصيرة (77.64%)، لأنها أكثر واقعية بالنسبة لهم، وتمنحهم الفرصة للتفاعل مع الطرف الآخر (32.20%)، كما أنها تمنحهم مساحة أكبر للتعبير (29.49%).
6) أما بالنسبة للسبب الذي يقف وراء تفضيل بعض الطلبة لخدمة الرسائل القصيرة على خدمة المكالمات (22.36%)، فهو قلة تكلفتها (46.15%).
7) يستخدم معظم الطلبة الجامعيين الهاتف النقال أحيانا لتفادي الوضعيات الحرجة (61.98%)، وإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم أو ظروفهم (40.57%).
8) معظم الطلبة الجامعيين يعتبرون الهاتف النقال وسيلة لإقامة العلاقات مع الآخرين والحفاظ عليها (40.82%)، كما يعتبرونه وسيلة لإنجاز الأعمال (31.76%).

وكخلاصة يمكن القول أن الحاجات والدوافع التي تقف وراء استخدام الطالب الجامعي للهاتف النقال، تتمثل أساسا في الحاجة للتواصل مع الغير، وربط العلاقات والحفاظ عليها خاصة مع الأهل والأصدقاء. كما أن حاجته للشعور بالواقعية والتفاعل مع الطرف الآخر من العملية الاتصالية تدفعه نحو خدمة المكالمات بدل خدمة الرسائل القصيرة، هذه الأخيرة التي يتم استخدامها في تبادل التهاني في المناسبات والأعياد، وكذا بسبب قلة الرصيد.

وتقف الحاجة للتتصل من المواقف الحرجة وعدم الرغبة في الافصاح عن مكان التواجد كذلك وراء استخدام الطالب الجامعي للهاتف النقال.

اضافة الى استخدامه بسبب الحاجة الى تخزين معلومات خاصة في وسيلة تعتبر شخصية، بالرغم من عدم الثقة فيه كوسيلة مناسبة لحفظ الأسرار.

III. الهاتف النقال والاتصال الاجتماعي:

جدول رقم65: توزيع أفراد العينة حسب الاشخاص الذين يتم التواصل معهم اكثر عبر الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
الأهل والأقارب	224	37.84
الأصدقاء	237	40.03
شخص تربطك به علاقة عاطفية	109	18.41
الأساتذة	16	02.70
أرباب وزملاء العمل	06	01.02
المجموع	592	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

يظهر من خلال الجدول أن أفراد العينة يتواصلون أكثر مع أصدقائهم من خلال الهاتف النقال وذلك بنسبة 40.03%، بينما يتواصلون مع الاهل والأقارب بنسبة 37.84%، وبنسبة 18.41% مع أشخاص تربطهم بهم علاقات عاطفية، بينما يتواصلون بنسبة 02.70% مع الأساتذة، و01.02% مع أرباب وزملاء العمل.

والملاحظ من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال ساهم في تقريب الأصدقاء من بعضهم البعض ومكنهم من البقاء على اتصال دائم، وكذلك بالنسبة للأهل والأصدقاء. كما نلاحظ أن استخدام المبحوثين للهاتف النقال في اطار الاتصال بأساتذتهم محدود جدا حيث شكل نسبة 02.70% فقط، مما يعني أن جل استخدامات الهاتف النقال تصب في إطار التواصل مع الأصدقاء أو الاهل مما يضفي نوعا من السلبية على هذا الاستخدام.

جدول رقم66: توزيع أفراد العينة حسب الاشخاص الذين يتم التواصل معهم اكثر عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس		اناث	ذكور	المجموع	كا²(0.05، 4)	كا²ح
الأهل والأقارب	التكرار	114	110	224	09.48	01.09
	النسبة%	35.96	40			
الأصدقاء	التكرار	130	107	237		
	النسبة%	41	38.91			
شخص تربطك به علاقة عاطفية	التكرار	61	48	109		
	النسبة%	19.24	17.45			
الأساتذة	التكرار	09	07	16		
	النسبة%	02.84	02.54			
أرباب وزملاء العمل	التكرار	03	03	06		
	النسبة%	0.96	01.10			
المجموع		317	275	592		

نلاحظ من خلال الجدول أن الاناث يتواصلن بشكل أكبر مع الأصدقاء من خلال الهاتف النقال بنسبة 41%، وبنسبة 35.96% مع الأهل والأقارب، و19.24% مع أشخاص تربطهن بهم علاقات عاطفية، وبنسبة 02.84% مع الأساتذة، و0.96% مع أرباب وزملاء العمل.

أما بالنسبة للذكور فإنهم يتواصلون مع الأهل والأقارب عبر الهاتف النقال بنسبة 40%، وبنسبة 38.91% مع الأصدقاء، و17.45% مع أشخاص تربطهم بهم علاقة عاطفية، وبنسبة 02.54% مع الأساتذة، بينما التواصل مع أرباب العمل والزملاء يكون بنسبة 01.10%.

وبتطبيق اختبار كا^2، نجد أن كا^2 المحسوبة = 01.09، وهي أقل من كا^2(0.05، 4)، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن الجنس لا يؤثر على نوعية الاشخاص الذين يتم التواصل معهم أكثر من خلال الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم67: توزيع أفراد العينة حسب الاشخاص الذين يتم التواصل معهم اكثر عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	الاهل والأقارب		الأصدقاء		شخص تربطك به علاقة عاطفية		الأساتذة		أرباب وزملاء العمل		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	13	40.62	13	40.62	06	18.76	00	00	00	00	32
متوسط	178	37.16	192	40.08	87	18.16	16	03.34	06	01.26	479
جيد	33	40.74	32	39.50	16	19.76	00	00	00	00	81
المجموع	224		237		109		16		06		592
كا^2(0.05،8)	15.50										
كا^{2}ح	02.50										

تظهر أرقام الجدول أن ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف من المبحوثين يتواصلون مع الأهل والأقارب من خلال الهاتف النقال بنسبة 40.62%، وبنفس النسبة يتواصلون مع الأصدقاء، بينما يتواصلون مع الجنس الآخر بنسبة 18.76%، وبنسبة 00% مع الاساتذة وأرباب وزملاء العمل.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإنهم يتواصلون أكثر مع الأصدقاء وذلك بنسبة 40.08%، وبنسبة 37.16% مع الأهل والأقارب، و18.16% مع الجنس الآخر، بينما يتواصلون مع الاساتذة بنسبة 03.34%، وبنسبة 01.26% مع أرباب وزملاء العمل.

في حين أن المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد يتواصلون بشكل أكبر مع الأهل والأقارب بنسبة 40.74%، وبنسبة 39.50% مع الأصدقاء، و19.76% مع الاشخاص الذين تربطهم بهم علاقات عاطفية، وبنسبة 00% مع الاساتذة وأرباب وزملاء العمل.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية8، كما هو واضح من خلال الجدول، وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على المبحوثين من حيث الاشخاص الذين يتم التواصل معهم أكثر عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 68: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الاشخاص عبر الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	210	67.09
أحيانا	102	32.59
نادرا	01	0.32
المجموع	313	100

تظهر أرقام الجدول أن 67.09% من المبحوثين يكون تواصلهم مع الاشخاص الذين يتصلون بهم أكثر عبر الهاتف النقال بصفة دائمة تقريبا، حيث أجابت هذه النسبة، أي 67.09% بغالبا، بينما أجاب 32.59% من المبحوثين بأحيانا، فيما شكلت نسبة الذين أجابوا بنادرا 0.32%، وهي نسبة منخفضة جدا.

ونستنتج من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال ساهم في بقاء الفرد على اتصال دائم بالأشخاص المهمين بالنسبة له.

جدول رقم 69: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الاشخاص عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	144	69.09	51	30.91	00	00	165
ذكور	96	64.86	51	34.46	01	0.68	148
المجموع	210		102		01		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	2016						

نلاحظ من خلال الجدول أن 69.09% من الاناث غالبا ما يتواصلن مع الأشخاص الذين يتصلون بهم أكثر عبر الهاتف النقال، بينما 30.91% منهن يفعلن ذلك أحيانا.

أما بالنسبة للذكور فإن 64.86% منهم يتصلون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم بشكل أكبر عبر الهاتف النقال غالبا، و34.46% منهم يفعلون ذلك أحيانا، بينما نادرا ما يقوم بذلك 0.68% منهم.

ونلاحظ من خلال هذه النسب أن كلا الجنسين يستغل الهاتف النقال للبقاء على تواصل دائم تقريبا أو في غالب الاحيان مع عدد من الأشخاص ، وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، إذا يتم قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في وتيرة التواصل مع الاشخاص عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 70: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الاشخاص عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	16	80	04	20	00	00	20
متوسط	163	64.68	88	34.92	01	0.40	252
جيد	31	76	10	24	00	00	41
المجموع	210		102		01		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	03.61						

تظهر نسب الجدول أن 80% من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف من المبحوثين غالبا ما يتواصلون مع الأشخاص ممن يتصلون بهم أكثر عبر الهاتف النقال، في مقابل 20% يفعلون ذلك أحيانا.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن الأشخاص الذين يتواصلون معهم أكثر عبر الهاتف النقال يكون تواصلهم معهم في أغلب الأحيان وذلك بنسبة 64.68%، بينما 34.92% منهم يفعلون ذلك أحيانا، في حين أن 0.40% يكون تواصلهم نادرا.

أما فيما يخص ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن النسبة الغالبة هي من تمثل الذين يتواصلون بشكل غالب مع الآخرين عبر الهاتف النقال وذلك بنسبة 76%، في مقابل 24% يتصلون بالأشخاص الأكثر تواصلا معهم عبر الهاتف النقال أحيانا فقط.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 4)، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية. ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على وتيرة التواصل مع الآخرين عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 71: توزيع أفراد العينة حسب الاتصال الشخصي مع الاشخاص الذين يتم التواصل معهم عبر الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	166	53.03
أحيانا	138	44.09
نادرا	09	02.88
المجموع	313	100

تظهر أرقام الجدول أن 53.03% من أفراد العينة غالبا ما يلتقون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية أو وجها لوجه، بينما 44.09% يلتقون بهم أحيانا فقط، في حين أن 02.88% من المبحوثين نادرا ما يلتقون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية.

وتظهر أرقام الجدول أن الهاتف النقال بالرغم من تسهيله الاتصال على مسافات طويلة دون الحاجة للتنقل، إلا انه في الوقت نفسه لم يقضي على الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي.

جدول رقم 72: توزيع أفراد العينة حسب الاتصال الشخصي مع الاشخاص الذين يتم التواصل معهم عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	81	49.09	81	49.09	03	01.82	165
ذكور	85	57.43	57	38.51	06	04.06	148
المجموع	166		138		09		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	08.17						

نلاحظ من خلال الجدول أن 49.09% من الاناث يلتقين بالأشخاص الذين يتواصلن معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية في غالب الأحيان، وهي نفس النسبة التي تمثلها الاناث اللاتي يفعلن ذلك أحيانا، في حين أن 01.82% منهن نادرا ما يلتقين بالأشخاص الذين يتواصلن معه عبر الهاتف النقال بصفة شخصية.

أما بالنسبة للذكور فإن 57.43% منهم يلتقون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية في غالب الأحيان، وهي نسبة أكبر من نسبة الإناث، ويرجع السبب في ذلك الى كون الذكور يملكون فرصا للخروج من البيت والالتقاء بالآخرين بصفة شخصية أكثر من الاناث.

كما تظهر أرقام الجدول أن 38.51% من الذكور أحيانا ما يلتقون بصفة شخصية بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال، في مقابل 04.06% من الذين يفعلون ذلك نادرا.

وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في الاتصال الشخصي مع الافراد الذين يتم التواصل معهم عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 73: توزيع أفراد العينة حسب الاتصال الشخصي مع الاشخاص الذين يتم التواصل معهم عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	15	75	04	20	01	05	20
متوسط	128	50.79	117	46.43	07	02.78	252
جيد	23	56.10	17	41.46	01	02.44	41
المجموع	166		138		09		313
كا^2(0.05، 4)	09.48						
كا^{2}ح	05.53						

تظهر أرقام الجدول أن 75% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف غالبا ما يلتقون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية، و20% منهم يفعلون ذلك أحيانا، بينما 05% منهم يقومون بذلك بشكل نادر.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 50.79% منهم يلتقون بالأفراد الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية في غالب الأحيان، في مقابل 46.43% منهم يفعلون ذلك أحيانا، و 02.78% نادرا ما يلتقونهم شخصيا.

أما فيما يخص المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 56.10% منهم غالبا ما يلتقون الاشخاص الذين يتواصلون معهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية، و 41.46% منهم يقومون بذلك أحيانا، في حين أن 02.44%منه نادرا ما يفعلون ذلك.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 04، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين المبحوثين من المستويات الاقتصادية المختلفة في الاتصال الشخصي المباشر مع الأفراد الذين يتم التواصل معهم عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 74: توزيع أفراد العينة حسب زيارة الأهل:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
بصفة دائمة	81	25.63
بصفة متقطعة	184	58.23
تكتفي بالمكالمات عبر النقال	44	13.92
تكتفي بإرسال SMS	07	02.22
المجموع	316	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

تظهر أرقام الجدول أن 58.23% من المبحوثين يزورون الأهل بصفة متقطعة، و25.23% منهم يزورونهم بصفة دائمة، بينما 13.92% يكتفون بمكالمتهم عبر الهاتف النقال، في حين أن 02.22% منهم يكتفون بإرسال الرسائل القصيرة.

ونلاحظ من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال لم يقم بالحلول محل الزيارات العائلية ولا إلغائها، حيث شكلت نسبة الذين يكتفون باستعماله للتواصل مع الأهل بدل زيارتهم 16.13%(منهم 86.27% يكتفون بالمكالمات الهاتفية، و13.76% يكتفون بالرسائل القصيرة)، في مقابل من يفعلون ذلك بصفة دائمة حيث شكلوا نسبة 25.63%، وكذلك الذين يزورون الأهل بصفة متقطعة حيث شكلوا نسبة 58.23%، ويرجع سبب التقطع في الزيارات ربما لكون المبحوثين من الطلبة وبالتالي يكون وقتهم مصروف أكثر في الدراسة.

جدول رقم 75: توزيع أفراد العينة حسب زيارة الأهل وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	بصفة دائمة		بصفة متقطعة		تكتفي بالمكالمات عبر النقال		تكتفي بإرسال SMS		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	39	23.21	96	57.14	30	17.85	03	01.80	168
ذكور	42	28.38	88	59.46	14	09.46	04	02.70	148
المجموع	81		184		44		07		316
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	05.15								

تظهر أرقام الجدول أن 57.14% من الاناث يزرن الأهل بصفة متقطعة، و23.21% منهن يزرن الأهل بصفة دائمة، بينما 17.85% منهن يكتفين بمحادثة الأهل عبر الهاتف النقال، و01.80% يكتفين بإرسال الرسائل القصيرة.

أما بالنسبة للذكور فإن 59.46% منهم يزورون الأهل بصفة متقطعة، و28.38% منهم يزورونهم بصفة دائمة، بينما 09.46% منهم يكتفون بالمكالمات عبر النقال، و02.70% يكتفون بإرسال الرسائل القصيرة.

وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة =05.15، وهي أقل من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 3، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في زيارة الأهل، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 76: توزيع أفراد العينة حسب زيارة الأهل وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / الجنس	بصفة دائمة		بصفة متقطعة		تكتفي بالمكالمات عبر النقال		تكتفي بإرسال SMS		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	06	30	11	55	03	15	00	00	20
متوسط	64	25.10	146	57.25	38	14.90	07	02.75	255
جيد	11	26.83	27	65.85	03	07.32	00	00	41
المجموع	81		184		44		07		316
كا^2(0.05، 6)	12.59								
كا^{2}ح	01.64								

تظهر أرقام الجدول أن 55% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يزورون الأهل بصفة متقطعة، و30% منهم يزورونهم بصفة دائمة، في حين أن 15% منهم يكتفون بمحادثتهم عبر الهاتف النقال.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 57.25% منهم يزورون الأهل بصفة متقطعة، و25.10% يزورونهم بصفة دائمة، بينما يكتفي 14.90% منهم بالمكالمات عبر الهاتف النقال، و02.75% يكتفون بإرسال رسائل قصيرة.

أما المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 65.85% منهم يزورون الأهل بصفة متقطعة، و 26.83% بصفة دائمة، في حين أن 07.32% منهم يكتفون بالاتصال بهم عبر الهاتف النقال.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 6، ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على زيارة الأهل، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 77: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الأسرة عبر الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرارا	النسبة%
نعم	270	86.26
لا	43	13.74
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يستغلون الهاتف النقال للبقاء على اتصال مع أفراد أسرهم، حيث شكل الذين يتواصلون مع أفراد الأسرة عبر الهاتف النقال نسبة 86.26%، في مقابل 13.74% من الذين لا يفعلون ذلك.

وهو ما يدل على الدور الذي لعبه الهاتف النقال في تعزيز التواصل ما بين افراد الأسرة خارج حدود المنزل.

جدول رقم 78: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الأسرة عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الجنس / الخيارات	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	138	83.63	27	16.37	165
ذكور	132	89.19	16	10.81	148
المجموع	270		43		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	02.02				

نلاحظ من خلال الجدول أن 83.63% من الاناث يتواصلن مع أفراد أسرهن عبر الهاتف النقال، في مقابل 16.37% منهن لا يفعلن ذلك.أما بالنسبة للذكور فإن أغلبهم كذلك يتواصلون مع أفراد أسرهم عبر الهاتف النقال وذلك بنسبة 89.19%، في مقابل 10.81%من الذين لا يتواصلون مع أسرهم عبر الهاتف النقال.

ويظهر من خلال الجدول أن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 1)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% انه لا توجد فروق بين الجنسين في التواصل مع أفراد الأسرة عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 79: توزيع أفراد العينة حسب التواصل مع الأسرة عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	18	90	02	10	20
متوسط	214	84.92	38	15.08	252
جيد	38	92.68	03	07.32	41
المجموع	270		43		313
كا^2(0.05، 2)	05.99				
كا^{2}ح	02.03				

تظهر أرقام الجدول أن 90% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يتواصلون مع أسرهم عبر الهاتف النقال، في مقابل 10% منهم لا يفعلون ذلك.

كما يتبن أن 84.92% من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط من المبحوثين، يتواصلون مع أفراد أسرهم من خلال الهاتف النقال، في مقابل 15.08% من الذين لا يفعلون ذلك.

أما بالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 92.68% منهم يستغلون الهاتف النقال للتواصل مع أفراد أسرهم، في مقابل 07.32% منهم لا يفعلون ذلك.

وبتطبيق اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أقل من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على التواصل مع أفراد الأسرة من خلال الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 80: توزيع أفراد العينة حسب أسباب الاتصال بأفراد الاسرة:

التكرارات / الاسباب	التكرار	النسبة%
حالات الطوارئ	84	25
الابلاغ عن مكان الوجود	64	19.04
السؤال عن حاجات الأسرة والفرد	46	13.69
الاطمئنان والبعد عن مكان الإقامة	142	42.27
المجموع	336	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

أقر معظم أفراد العينة أنهم يتواصلون مع أفراد أسرهم عبر الهاتف النقال بنسبة 42.27% بسبب الرغبة في الاطمئنان عليهم، سواء في حالة المرض أو حدوث مشاكل أسرية أو في حالة البعد عن مكان الإقامة، ذلك أن أفراد العينة من الطلبة والكثير منهم يبقى داخل الأحياء الجامعية وبالتالي يكونون بعيدين عن منازلهم وأسرهم. كما أنهم يتواصلون مع أسرهم في الحالات الطارئة وذلك بنسبة 25%، وبنسبة 19.04% للإبلاغ عن مكان التواجد في حالة التأخر مثلا في العودة الى المنزل، و بنسبة 13.69% للسؤال عن حاجات الأسرة والمنزل أو في حالة ما إذا احتاجوا هم لأشياء معينة من المنزل أو أحد أفراد الأسرة.

وتدل أرقام الجدول على أن الهاتف النقال حافظ على الاتصال الأسري رغم بعد المسافات من جهة، ومن جهة أخرى ساعد على تتبع تحركات أفراد الأسرة خارج المنزل ومتابعة ما يحدث معهم.

جدول رقم 81: توزيع أفراد العينة حسب أسباب الاتصال بأفراد الاسرة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	حالات الطوارئ		الابلاغ عن مكان الوجود		السؤال عن حاجات الأسرة والفرد		الاطمئنان والبعد عن مكان الإقامة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	45	25.42	39	22.03	17	09.60	76	42.95	177
ذكور	39	24.53	25	15.72	29	18.24	66	41.51	159
المجموع	84		64		46		142		336
كا²(0.05، 3)	07.81								
كا²ح	06.36								

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب وراء اتصال الاناث بأفراد أسرهن عبر الهاتف النقال هو الحاجة للاطمئنان عليهم والبعد عن مكان الاقامة وذلك بنسبة 42.95%، وبنسبة25.42% في حالات الطوارئ، و22.03% للإبلاغ عن مكان تواجدهن، وبنسبة 09.60% للسؤال إما عن حاجاتهن الخاصة أو حاجات أفراد الأسرة.

وبالنسبة للذكور فإن سبب اتصالهم بأفراد الأسرة عبر الهاتف النقال يكون للاطمئنان عليهم وبسبب البعد عن مكان الإقامة وذلك بنسبة 41.51%، وبنسبة 24.53% في حالة حدوث أمور طارئة، و18.24% للسؤال عن حاجات الأسرة أو حاجاتهم الخاصة، وبنسبة 15.72% للتبليغ عن أماكن تواجدهم.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 3، وفي هذه الحالة نقبل الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في أسباب الاتصال بأفراد الأسرة عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 82: توزيع أفراد العينة حسب أسباب الاتصال بأفراد الاسرة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقاتصادي	حالات الطوارئ		الابلاغ عن مكان الوجود		السؤال عن حاجات الأسرة والفرد		الاطمئنان والبعد عن مكان الإقامة		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	12.50	04	16.67	07	29.17	10	41.66	24
متوسط	66	25.09	51	19.39	32	12.16	114	43.36	263
جيد	15	30.61	09	18.37	07	14.28	18	36.74	49
المجموع	84		64		46		142		336
كا²(0.05، 6)	12.59								
كا²ح	05.25								

نلاحظ من خلال الجدول أن السبب وراء اتصال المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف بأسرهم عبر الهاتف النقال هو الحاجة للاطمئنان عليهم وكذا في حالة البعد عن مكان الإقامة وذلك بنسبة 41.66%، و29.17% للسؤال عن حاجات الأسرة أو حاجاتهم الخاصة، و16.67% للإبلاغ عن مكان تواجدهم، وبنسبة 12.50% في حالات الطوارئ.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط ، فإنهم يتصلون بأفراد اسرهم عبر الهاتف النقال للاطمئنان عليهم وفي حالة التواجد بعيدا عن مكان الإقامة بنسبة 43.36%، وبنسبة 25.09% في حالات الطوارئ، و19.39% للإبلاغ عن مكان التواجد، و12.16% للسؤال عن حاجات الأسرة أو حاجاتهم الخاصة. وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإنهم يتصلون بأفراد أسرهم بسبب البعد عن مكان الاقامة والحاجة للاطمئنان عليهم بنسبة 36.74%، وبنسبة 30.61% في حالات الطوارئ، و18.37% للإبلاغ عن مكان تواجدهم، و14.28% للسؤال عن حاجات الأسرة أو حاجاتهم الخاصة. وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا²(0.05، 6)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على اسباب التواصل مع أفراد الأسرة عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 83: توزيع أفراد العينة حسب السلوك أثناء الجلوس مع الاسرة:

الخيارات / التكرارات	التكرارا	النسبة%
تشاركهم الحديث	270	86.26
تنشغل عنهم بهاتفك النقال	43	13.74
المجموع	313	100

تظهر أرقام الجدول أن 86.26% من أفراد العينة يشاركون أفراد أسرهم الحديث أثناء الجلوس معهم، في مقابل 13.74% من المبحوثين الذين ينشغلون عن أفراد أسرهم أثناء الجلوس معهم بهواتفهم النقالة.

وتشير هذه الأرقام والنسب الى أن الهاتف النقال لم يؤدي الى إحداث نوع من العزلة لدى المبحوثين عن محيطهم الأسري، وبالتالي فهو لم يؤثر كثيرا على الاتصال داخل الأسرة.

جدول رقم 84: توزيع أفراد العينة حسب السلوك أثناء الجلوس مع الاسرة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	تشاركهم الحديث		تنشغل عنهم بهاتفك النقال		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	137	83.03	28	16.97	165
ذكور	133	89.86	15	10.14	148
المجموع	270		43		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	03.07				

نلاحظ من خلال الجدول أن 83.03% من الاناث يشاركن أفراد أسرهن الحديث أثناء الجلوس معهم، في مقابل 16.97% منهن من اللواتي ينشغلن بهواتفهن النقالة بدل مشاركة الأسرة الحديث.

أما بالنسبة للذكور فإن 89.86% منهم يفضلون مشاركة أفراد الأسرة الحديث أثناء الجلوس معهم، في مقابل 10.14% ينشغلون عنهم بهواتفهم النقالة.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن كا² المحسوبة أصغر من كا²(0.05، 1)، ومنه نقبل الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين من حيث السلوك أثناء الجلوس مع أفراد الأسرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 85: توزيع أفراد العينة حسب السلوك أثناء الجلوس مع الاسرة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	تشاركهم الحديث		تنشغل عنهم بهاتفك النقال		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	18	90	02	10	20
متوسط	213	84.52	39	15.48	252
جيد	39	95.12	02	04.88	41
المجموع	270		43		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	03.58				

تظهر أرقام الجدول أن 90% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يشاركون أفراد أسرهم الحديث أثناء الجلوس معهم، في مقابل 10% منهم ينشغلون عنهم بهواتفهم النقالة.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 84.52% منهم يشاركون أفراد أسرهم الحديث أثناء مجالستهم، في مقابل 15.48%منهم ينشغلون عنهم بهواتفهم النقالة.

أما فيما يخص المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 95.12% منهم يشاركون أفراد أسرهم الحديث أثناء الجلوس معهم، بينما 04.88% ينشغلون بهواتفهم النقالة.

وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة كما هو واضح من خلال الجدول أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على السلوك أثناء الجلوس مع أفراد الأسرة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 86: توزيع أفراد العينة حسب انحراج المبحوثين من اطلاع افراد اسرهم على محتويات هواتفهم النقالة:

الخيارات / التكرارات	التكرارا	النسبة%
نعم	124	39.62
لا	189	60.38
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 60.38% منّ أفراد العينة لا يجدون حرجا في اطلاع أفراد الأسرة على محتويات هواتفهم النقالة، في مقابل 39.62% من الذين يجدون حرجا في ذلك.

والملاحظ من خلال الأرقام أن الهاتف النقال وإن كان وسيلة شخصية خاصة بفرد واحد، إلا أن أفراد العينة لا يمانعون في إطلاع الغير وخاصة أفراد الأسرة على محتوياته، من أرقام هاتفية أو رسائل قصيرة أو غيره، وقد يرجع السبب في ذلك إلى عدم اخفائهم أو احتفاظهم بمعلومات سرية في هواتفهم النقالة.

جدول رقم 87: توزيع أفراد العينة حسب انحراج المبحوثين من اطلاع افراد اسرهم على محتويات هواتفهم النقالة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	57	34.54	108	65.46	165
ذكور	67	45.27	81	54.73	148
المجموع	124		189		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	03.74				

تظهر أرقام الجدول أن 65.46% من الاناث لا يجدن حرجا في اطلاع أفراد أسرهن على محتويات هواتفهن النقالة، في مقابل 34.54% من اللواتي يجدن حرجا في ذلك.

نفس الشيء بالنسبة للذكور، حيث أن أغلبهم لا يجدون حرجا في اطلاع أفراد أسرهم على محتويات هواتفهم النقالة، حيث شكلوا نسبة 54.73%، في مقابل 45.27% من الذين يجدون حرجا في ذلك.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أقل من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة لحرية1، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في الانحراج من اطلاع أفراد الأسرة على محتويات هواتفهم النقالة من عدمه، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 88: توزيع أفراد العينة حسب انحراج المبحوثين من اطلاع افراد اسرهم على محتويات هواتفهم النقالة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	09	45	11	55	20
متوسط	100	39.68	152	60.32	252
جيد	15	36.58	26	63.42	41
المجموع	124		189		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	0.31				

نلاحظ من خلال الجدول أن 55% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف لا يجدون حرجا في اطلاع أفراد أسرهم على محتويات هواتفهم النقالة، في مقابل 45% من الذين يجدون حرجا في ذلك.أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 60.32% منهم لا يجدون حرجا في اطلاع أفراد أسرهم على محتويات هواتفهم النقالة، في مقابل 39.68% من الذين يجدون حرجا في ذلك.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد، حيث أن 63.42% منهم لا يجدون حرجا في اطلاع أفراد أسرهم على محتويات هواتفهم النقالة، في حين أن 36.58% منهم يجدون حرجا في ذلك.وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 2)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على الانحراج من اطلاع أفراد الأسرة على محتويات الهاتف النقال من عدمه، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 89: توزيع أفراد العينة حسب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرارا	النسبة%
نعم	144	46
لا	169	54
المجموع	313	100

تظهر أرقام الجدول أن 54% من أفراد العينة لا يقيمون علاقات عاطفية من خلال الهاتف النقال، في مقابل 46% منهم يستخدمون الهاتف النقال لإقامة علاقات مع الجنس الآخر، وهم يشكلون نسبة معتبرة من العينة، كما أنها متقاربة مع نسبة الذين لا يفعلون ذلك، وهو ما يشير الى الدور الذي لعبه الهاتف النقال في تسهيل العلاقات بين الجنسين.

جدول رقم 90: توزيع أفراد العينة حسب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	72	43.63	93	56.37	165
ذكور	72	48.65	76	51.35	148
المجموع	144		169		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	0.79				

نلاحظ من خلال الجدول أن 56.37% من الاناث لا يستخدمن الهاتف النقال لإقامة العلاقات العاطفية، في مقابل 43.63% منهن تفعلن ذلك.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للذكور، حيث أن 51.35% منهم لا يستخدمون الهاتف النقال لإقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر، بينما يستغل 48.65% منهم الخصائص الاتصالية للهاتف النقال لبناء علاقات عاطفية مع الجنس الآخر.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة =0.79، وهي أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 1، وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% انه لا توجد فروق بين الجنسين في إقامة العلاقات العاطفية من خلال الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 91: توزيع أفراد العينة حسب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	09	45	11	55	20
متوسط	116	46.03	136	53.97	252
جيد	19	46.34	22	53.66	41
المجموع	144		169		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	0.01				

تظهر أرقام الجدول أن 55% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف لا يستخدمون الهاتف النقال لإقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر، في مقابل 45% من الذين يفعلون ذلك.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 53.97% منهم لا يقيمون علاقات عاطفية من خلال الهاتف النقال، بينما 46.03% منهم يقومون بذلك.

أما بخصوص المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 53.66% منهم لا يستغلون الهاتف النقال لبناء علاقات مع الجنس الآخر، في حين أن 46.34% منهم يفعلون ذلك.

ويظهر من خلال الجدول أن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 2)، وعليه يتم قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على إقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر عبر الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 92: توزيع أفراد العينة حسب أسباب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال:

التكرارات / الاسباب	التكرار	النسبة%
الخجل	29	12.34
سهولة بناء العلاقات	71	30.21
البقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر	67	28.51
الابتعاد عن رقابة الأسرة والمجتمع	27	11.49
الحفاظ على سرية العلاقة	41	17.45
المجموع	235	100

(* يمكن للمبحوث اختيار اكثر من اجابة)

تظهر أرقام الجدول أن السبب الذي يدفع المبحوثين لإقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر من خلال الهاتف النقال هو سهولة بناء هذا النوع من العلاقات من خلاله وذلك بنسبة 30.21%، و28.51% لكونه يسمح لهم بالبقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر، وبنسبة 17.45% من أجل الحفاظ على سرية العلاقة، و12.34% بسبب الخجل من المواجهة المباشرة، ويلجئون له هربا من رقابة الأسرة والمجتمع بنسبة 11.49%.

وتدل هذه الأرقام على أن الامكانات الاتصالية التي يتيحها الهاتف النقال وطبيعته السرية، جعلت المبحوثين يستغلونه لإقامة علاقات مع الجنس الآخر، مع ابقاء هذه العلاقات سرية، كما أن التحدث من خلال الهاتف النقال مع الطرف الآخر يسمح بالتنصل من الرقابة الأبوية وكذا الرقابة الأخلاقية التي يفرضها المجتمع.

جدول رقم 93: توزيع أفراد العينة حسب أسباب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس		اناث	ذكور	المجموع	كا^2(0.05 ،4)	كا^{2}ح
الخجل	التكرار	17	12	29	09.48	09.71
	النسبة%	14.78	10			
سهولة بناء العلاقات	التكرار	24	47	71		
	النسبة%	20.87	39.17			
البقاء على اتصال دائم بالطرف الأخر	التكرار	36	31	67		
	النسبة%	31.30	25.83			
الإبتعاد عن رقابة الأسرة والمجتمع	التكرار	16	11	27		
	النسبة%	13.91	9.16			
الحفاظ على سرية العلاقة	التكرار	22	19	41		
	النسبة%	19.14	15.84			
المجموع		115	120	235		

نلاحظ من خلال الجدول أن الاناث يلجأن الى الهاتف النقال لإقامة علاقات مع الجنس الآخر لأنه يسمح لهن بالبقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر وذلك بنسبة 31.30%، و20.87% لسهولة بناء العلاقات عبر الهاتف النقال، و 19.14% حفاظا على سرية العلاقة، وبنسبة 14.78% بسبب الخجل من المواجهة المباشرة، و 13.91% هربا من رقابة الأسرة والمجتمع.

أما بالنسبة للذكور، فإنهم يرجعون سبب لجوئهم للهاتف النقال لإقامة علاقات عاطفية مع الجنس الآخر لسهولة بناء العلاقات من خلاله وذلك بنسبة 39.17%، وبنسبة 25.83% من أجل البقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر، و15.84% للحفاظ على سرية العلاقة، و10% بسبب الخجل من المواجهة المباشرة، و 09.16% هربا من رقابة الأسرة والمجتمع.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أكبر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 8، كما هو موضح في الجدول، مما يعني قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في أسباب استخدام الهاتف النقال لإقامة العلاقات العاطفية، مع احتمال خطأ يقدر بـ05%.

جدول رقم 94: توزيع أفراد العينة حسب أسباب اقامة العلاقات العاطفية عبر الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقاتصادي:

الخيارات / الجنس		ضعيف	متوسط	جيد	المجموع	$كا^2$(8،0.05)	$كا^2$ح
الخجل	التكرار	01	23	05	29	15.50	01.54
	النسبة%	07.14	12.04	16.67			
سهولة بناء العلاقات	التكرار	06	59	06	71		
	النسبة%	42.86	30.90	20			
البقاء على اتصال دائم بالطرف الأخر	التكرار	03	54	10	67		
	النسبة%	21.43	28.27	33.33			
الابتعاد عن رقابة الأسرة والمجتمع	التكرار	01	23	03	27		
	النسبة%	07.14	12.04	10			
الحفاظ على سرية العلاقة	التكرار	03	32	06	41		
	النسبة%	21.43	16.75	20			
المجموع		14	191	30	235		

تظهر أرقام الجدول أن المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرجعون سبب لجوئهم للهاتف النقال لإقامة علاقات مع الجنس لسهولة بناء العلاقات من خلاله وذلك بنسبة 42.86%، وبنسبة 21.43% لأنه يسمح لهم بالبقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر، وبنفس النسبة يلجئون له حفاظا على سرية العلاقة، وبنسبة 07.14% هربا من الرقابة الأسرية ورقابة المجتمع، وكذا بسبب الخجل من المواجهة المباشرة.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فلجوؤهم للهاتف النقال لإقامة العلاقات العاطفية يرجع بنسبة 30.90% لسهولة بناء هذا النوع من العلاقات من خلاله، وبنسبة 28.27% من أجل البقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر، و16.75% من أجل الحفاظ على سرية العلاقة، وبنسبة 12.04%ابتعادا عن رقابة الأسرة والمجتمع، وكذا بسبب الخجل من المواجهة المباشرة.

وفيما يخص المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فقد برروا بنسبة 33.33% لجوئهم للهاتف النقال لإقامة علاقات عاطفية بسماحه لهم بالبقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر، وبنسبة 20% لسهولة بناء العلاقات بواسطته، وبنفس النسبة من أجل الحفاظ على سرية العلاقة، وبنسبة 16.67% بسبب الخجل، و10% ابتعادا عن رقابة الأسرة والمجتمع.

وحسب اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 8، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على أسباب استخدام الهاتف النقال في إقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 95: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على الرقابة الابوية على الابناء:

الخيارات / التكرارات	التكرارا	النسبة%
نعم	256	81.79
لا	57	18.21
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 81.79% من أفراد العينة يرون أن الهاتف النقال قلل من الرقابة الأبوية على الأبناء، بينما يرى 18.21% منهم أنه لم يؤثر على رقابة الآباء على أبنائهم. ويرجع سبب إقرار أغلبية المبحوثين بمساهمة الهاتف النقال في تقليل الرقابة الأبوية على الأبناء، الى كون الابناء صاروا يستغلون خصوصية النقال للكذب على الوالدين كإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجدهم، كما ثبت من خلال الاسئلة السابقة، كما أن الهاتف النقال ساعد الأبناء على الانفلات من رقابة الآباء وإقامة علاقات مع الجنس الآخر دون علمهم.

جدول رقم 96: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على الرقابة الابوية على الابناء وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	124	75.15	41	24.85	165
ذكور	132	89.19	16	10.81	148
المجموع	256		57		313
$كا^2$(0.05، 1)	03.84				
$كا^2$ح	09.43				

تظهر أرقام الجدول أن 75.15% من الاناث يرين أن الهاتف النقال قلل من الرقابة الأبوية على الأبناء، في مقابل 24.85% منهن يرين العكس.أما بالنسبة للذكور فإن 89.19% منهم يرون أن الهاتف النقال ساهم في تقليل الرقابة الأبوية على الأبناء، في حين أن 10.81% منهم يرون أنه لم يقللها.

ويظهر من خلال الجدول أن كا^2 المحسوبة $>$ كا^2 (0.05، 1)، وفي هذه الحالة نقبل الفرضية البديلة، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في النظرة الى تأثير الهاتف النقال على الرقابة الأبوية على الأبناء، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 97: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على الرقابة الابوية على الابناء وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	19	95	01	05	20
متوسط	202	80.16	50	19.84	252
جيد	35	85.36	06	14.64	41
المجموع	256		57		313
كا^2(0.05، 2)	05.99				
كا^{2}ح	03.13				

نلاحظ من خلال الجدول أن 95% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون أن الهاتف النقال قلل من الرقابة الأبوية على الأبناء، في مقابل 05% يرون العكس.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فقد شكلت نسبة الذين يرون منهم أن النقال قلل من الرقابة الأبوية 80.16%، في مقابل 19.84% يرون أنه لم يقللها.

وبخصوص ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 85.36% منهم يرون أن الهاتف النقال ساهم في تقليل رقابة الآباء على الأبناء، في حين أن 14.64% منهم يرون العكس.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن كا^2 المحسوبة $<$ كا^2 (0.05، 2)، ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على الاتجاه نحو تأثير الهاتف النقال على الرقابة الأبوية على الأبناء، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

النتيجة الجزئية الثالثة:

من خلال ما سبق التطرق اليه من تحليلات لإجابات المبحوثين، يمكن إجمال نتائج هذا المحور في النقاط التالية:

1) يتواصل الطلبة الجامعيين بشكل أكبر من خلال الهاتف النقال مع أصدقائهم (40.03%)، ويكون هذا الاتصال بصفة دائمة (67.09%).
2) غالبية الطلبة الجامعيين يلتقون بالأشخاص الذين يكلمونهم عبر الهاتف النقال بصفة شخصية في أغلب الاحيان (53.03%).
3) معظم الطلبة الجامعيين يزورون الأهل بصفة متقطعة (58.23%)، أما الذين يكتفون بمكالمتهم عبر الهاتف النقال فلا يشكلون إلا نسبة قليلة (13.92%).
4) يستخدم الطلبة الجامعيين الهاتف النقال للتواصل مع أفراد أسرهم (86.26%)، وغالبا ما يكون السبب في ذلك الرغبة في الاطمئنان عليهم بسبب البعد عن مكان الإقامة (42.27%)، وكذا في حالات الطوارئ (25%).
5) يفضل الطالب الجامعي مشاركة أفراد أسرته الحديث أثناء مجالستهم على الانشغال بهاتفه النقال (86.26%).
6) لا يجد الطالب الجامعي حرجا في اطلاع أفراد أسرته على محتويات هاتفه النقال (60.38%).
7) 46% من الطلبة الجامعيين يستغلون الهاتف النقال لإقامة علاقات مع الجنس الآخر، وغالبا ما يكون ذلك بسبب سهولة بنائها من خلال جهاز الهاتف النقال (30.21%)، وكذا لإمكانية البقاء على اتصال دائم بالطرف الآخر (28.51%).
8) ساهم الهاتف النقال في تقليل الرقابة الأبوية على الطالب الجامعي (81.79%).

وكخلاصة لنتائج هذا المحور يمكن القول أن الهاتف النقال ساعد الطالب الجامعي على البقاء على اتصال دائم بالآخرين وخاصة الأصدقاء والأهل والأقارب، لكن بالرغم من هذا إلا انه لم يؤدي الى القضاء على الاتصال الشخصي المباشر لدى الطالب الجامعي، ذلك أنه على الرغم من تواصله بالآخرين عن طريق الهاتف النقال إلا أنه غالبا ما يلتقيهم كذلك بصفة مباشرة (وجها لوجه).

كما أن الهاتف النقال ساهم أيضا في تعزيز التواصل ما بين الطالب الجامعي وأفراد أسرته وجعل من التواصل الأسري يمتد الى خارج حدود المنزل، هذا التواصل الذي يصب عادة في اطار الاطمئنان على أفراد الأسرة بسبب البعد عنهم –على اعتبار أن الطلبة الجامعيين قد لا يقيمون في منازلهم وإنما في الأحياء الجامعية– وكذلك في حالات الطوارئ التي قد تصادف الطالب ويكون فيها بحاجة الى أفراد أسرته.

كما توصلنا النتائج السابقة الى أن الهاتف النقال لا يشكل أحد مسببات العزلة الأسرية بالنسبة للطالب الجامعي، ذلك أنه يفضل مشاركة أفراد أسرته الحديث أثناء مجالستهم على الانشغال بهاتفه النقال.

وعلى الرغم من تعزيز الهاتف النقال للاتصال الأسري إلا أنه قلل من الرقابة الأبوية على الأبناء، ذلك أن التواصل المستمر ما بين الأبناء وأفراد الأسرة –خاصة الوالدين– لا يعني بالضرورة القدرة على ممارسة الرقابة والضبط الأسري، خاصة في حالة استغلال الهاتف النقال من طرف الأبناء للكذب على الآباء أو القيام بأمور سرية، إذ يستعمل النقال مثلا من طرف فئة لا بأس بها من الطلبة الجامعيين للتواصل مع الجنس الآخر وإقامة العلاقات العاطفية، ويرجع ذلك الى طبيعة الهاتف النقال التي سهلت بناء هذا النوع من العلاقات وفتحت المجال أمام التقارب ما بين الجنسين بطريقة سرية، مما يعني أن الهاتف النقال سمح للطالب الجامعي بالقفز على القيم الاجتماعية وكذا التخلص من الرقابة الأبوية التي ترفض هذا النوع من العلاقات غير الشرعية.

IV. الاتصال الوسيلي والبعد الانساني للعلاقات بين الأفراد:

جدول رقم 98: توزيع أفراد العينة حسب حمل الهاتف النقال في كل مكان:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
نعم	281	89.78
لا	32	10.22
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 89.78% من المبحوثين يحملون هواتفهم النقالة معهم في كل مكان، في حين أن 10.22% منهم لا يحملونه بصفة دائمة.

وتشير هذه النتائج الى درجة تعلق المبحوثين بهواتفهم النقالة لدرجة أنه –أي الهاتف النقال– بات يصاحب مالكه في كل مكان، ويعود السبب في ذلك ربما لخصائص الهاتف النقال كوسيلة متنقلة صغيرة الحجم وسهلة الحمل، بحيث أن حملها بصفة دائمة لا يشكل أي عائق، اضافة الى كثرة الاعتماد عليه في الاتصال بالآخرين خاصة في حالات الحاجة وحالات الطوارئ، مما يستدعي من المبحوثين ضرورة حمله الى أي مكان يذهبون اليه.

جدول رقم 99: توزيع أفراد العينة حسب حمل الهاتف النقال في كل مكان وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	147	89.10	18	10.90	165
ذكور	134	90.54	14	09.46	148
المجموع	281		32		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	0.17				

تظهر أرقام الجدول أن 89.10% من الاناث يحملن هواتفهن النقالة معهن في كل مكان، في مقابل 10.90% منهن لا يفعلن ذلك.

وبالنسبة للذكور، فإن 90.54% منهم يحملون هواتفهم النقالة معهم في كل مكان يكونون فيه، في حين أن 09.46% منهم لا يفعلون ذلك.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ0.05 ودرجة الحرية 1، ومنه يتم قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في حمل الهاتف في أي مكان، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 100: توزيع أفراد العينة حسب حمل الهاتف النقال في كل مكان وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	19	95	01	05	20
متوسط	226	89.68	26	10.32	252
جيد	36	87.80	05	12.20	41
المجموع	281		32		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	0.77				

نلاحظ من خلال الجدول أن 95% من أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يحملون هواتفهم النقالة معهم في كل مكان، في مقابل 05% لا يحملونها معهم في كل مكان.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 89.68% منهم يحملون هواتفهم النقالة معهم في كل مكان، في حين أن 10.32% منهم لا يفعلون ذلك.

وفيما يخص ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 87.80% منهم أقروا بأنهم يحملون هواتفهم النقالة معهم في أي مكان يكونون فيه، بينما أقر 12.20% منهم أنهم لا يحملون هواتفهم النقالة بصفة دائمة.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن كا² المحسوبة< كا²(0.05، 2)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على حمل الهاتف النقال في كل مكان، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 101: توزيع أفراد العينة حسب طريقة التواصل المفضلة:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
عبر الهاتف النقال	71	22.68
مباشرة وجها لوجه	242	77.32
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 77.32% من المبحوثين يفضلون التواصل مع الغير بشكل مباشر وجها لوجه، في مقابل 22.68% منهم من الذين يفضلون التواصل مع الغير عبر الهاتف النقال.

وتشير هذه النتائج الى أنه على الرغم من الخصائص الاتصالية التي تتميز بها وسيلة الهاتف النقال إلا أنها لم تقضي على الاتصال الشخصي بالنسبة للمبحوثين.

جدول رقم 102: توزيع أفراد العينة حسب طريقة التواصل المفضلة وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	عبر الهاتف النقال		مباشرة وجها لوجه		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	43	26.06	122	73.94	165
ذكور	28	18.92	120	81.08	148
المجموع	71		242		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	02.26				

تظهر أرقام الجدول أن 73.94% من الاناث يفضلن التواصل مع الغير بصفة مباشرة وجها لوجه، في مقابل 26.06% منهن يفضلن التواصل مع غيرهن عبر الهاتف النقال.

وبالنسبة للذكور، فإن أغلبهم يفضل الاتصال الشخصي على الاتصال الوسيلي، حيث أقر 81.08% منهم أنهم يفضلون التواصل مع الغير بصفة مباشرة وجها لوجه، في مقابل 18.92% منهم يفضلون التواصل مع غيرهم عبر الهاتف النقال.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 1)، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في طريقة التواصل المفضلة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 103: توزيع أفراد العينة حسب طريقة التواصل المفضلة وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	عبر الهاتف النقال		مباشرة وجها لوجه		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	20	16	80	20
متوسط	53	21.03	199	78.97	252
جيد	14	34.15	27	65.85	41
المجموع	71		242		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	03.54				

من خلال الجدول نلاحظ أن 80% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يفضلون الاتصال مع الغير بشكل مباشر وجها لوجه، في مقابل 20% من الذين يفضلون الاتصال بالغير عن طريق الهاتف النقال.

وبالنسبة للمبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 78.97% منهم يفضلون الاتصال المباشر على الاتصال الوسيلي، بينما يفضل 21.03% منهم الاتصال عبر الهاتف النقال بدل الاتصال الشخصي المباشر.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، حيث يفضل 65.85% منهم الاتصال الشخصي المباشر على الاتصال الوسيلي، في حين أن 34.15% يفضلون الاتصال الوسيلي أو الاتصال عبر الهاتف النقال على الاتصال الشخصي المباشر.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 2)، كما واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على طريقة التواصل المفضلة لدى المبحوثين، مع احتمال خطأ يقدرب 05%.

جدول رقم 104: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال في تقوية العلاقات مع الغير:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	74	23.64
أحيانا	195	62.30
نادرا	44	14.06
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 62.30% من أفراد العينة أقروا أن الهاتف النقال يساعدهم أحيانا في تقوية علاقاتهم مع الغير، في مقابل 23.64% من الذين أقروا بأن الهاتف النقال غالبا ما يساعدهم على ذلك، في حين أن 14.06% منهم يرون أن الهاتف النقال نادرا ما يساعدهم على تقوية علاقاتهم بالغير.

ونستنتج من خلال هذه الأرقام أن مزايا الهاتف النقال كوسيلة تسمح لصاحبها بالبقاء على اتصال دائم بغيره من الاشخاص الذين يعرفهم ساهم لحد ما في تقوية الروابط والعلاقات ما بين الأشخاص.

جدول رقم 105: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال في تقوية العلاقات مع الغير وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	43	26.06	95	57.58	27	16.36	165
ذكور	31	20.94	100	67.56	17	11.50	148
المجموع	74		195		44		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	03.45						

تظهر أرقام الجدول أن 57.58% من الاناث يقررن بأن الهاتف النقال يساعدهن أحيانا في تقوية علاقاتهن بالغير، و 26.06% منهن أقررن بأنه غالبا ما يساعدهن في ذلك، في حين أن 16.36% منهن اعتبرن أن الهاتف النقال نادرا ما يساعدهن في تقوية علاقاتهن مع الغير.

وبالنسبة للذكور فإن 67.56% منهم يعتبرون أن الهاتف النقال يساعدهم أحيانا في تقوية علاقاتهم مع الغير، بينما أقر 20.94% منهم أنه غالبا ما يساعدهم في ذلك، أما 11.50% منهم فاعتبروا أن الهاتف النقال نادرا ما يساعدهم في تقوية علاقاتهم بالغير.

ويظهر من خلال الجدول أن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 2)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في مساعدة الهاتف النقال على تقوية العلاقات مع الغير، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 106: توزيع أفراد العينة حسب مساعدة الهاتف النقال في تقوية العلاقات مع الغير وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	20	14	70	02	10	20
متوسط	59	23.41	160	63.50	33	13.09	252
جيد	11	26.83	21	51.22	09	21.95	41
المجموع	74		195		44		313
$كا^2(0.05، 4)$	09.48						
$كا^2ح$	02.29						

نلاحظ من خلال الجدول أن 70% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون أن الهاتف النقال يساعدهم أحيانا في تقوية علاقاتهم مع الغير، و20% يرون أنه غالبا ما يفعل ذلك، في حين أن 10% يرون أنه نادرا ما يساعد على تقوية العلاقات بالغير.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 63.50% منهم يرون أن الهاتف النقال يساعد أحيانا في تقوية العلاقات مع الغير، بينما يرى 23.41% أنه غالبا ما يساعد على ذلك، أما 13.09% منهم فيرون أنه نادرا ما يساعد في تقوية العلاقات مع الغير.

أما المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 51.22% منهم أقروا أن الهاتف النقال يساعدهم أحيانا على تقوية علاقاتهم مع الغير، بينما أقر 26.83% منهم أنه غالبا ما يساعدهم على ذلك، في حين أن 21.95% اعتبروه نادرا ما يساعد على ذلك .

وبتطبيق اختبار $كا^2$، نجد أن $كا^2$ المحسوبة أصغر من $كا^2$ الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على مساعدة الهاتف النقال في تقوية العلاقات، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 107: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على نسبة التواصل بشكل مباشر:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
نعم	101	32.27
لا	72	23
ليس كثيرا	140	44.73
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 44.73% من المبحوثين يرون أن الهاتف النقال لم يقلل كثيرا من نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه)، في مقابل 32.27% منهم أقروا بأن الهاتف النقال قلل فعلا من نسب تواصلهم مع الغير بشكل مباشر، في حين أن 23% من أفراد العينة يرون أن الهاتف النقال لم يؤثر أبدا على نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر.

ونلاحظ من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال لم يؤثر كثيرا على الاتصالات الشخصية المباشرة، إذ صحيح أنه قللها لكنه لم يقضي عليها، كما أن أفراد العينة عبروا من خلال اجابات الأسئلة السابقة عن تفضيلهم للاتصال الشخصي المباشر على الاتصال عبر الهاتف النقال، كما أنهم يلتقون بالأشخاص الذين يتواصلون معهم عبر النقال في غالب الأحيان، لذا فمن الطبيعي أن لا يؤثر الهاتف النقال كثيرا على نسب تواصلهم مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه).

جدول رقم 108: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على نسبة التواصل بشكل مباشر وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	نعم		لا		ليس كثيرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	52	31.51	40	24.24	73	44.25	165
ذكور	49	33.11	32	21.62	67	45.27	148
المجموع	101		72		140		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	0.29						

تظهر أرقام الجدول أن 44.25% من الاناث يعتبرن أن الهاتف النقال لم يؤثر كثيرا على تواصلهن مع الغير بشكل مباشر، وترى 31.51% منهن أنه قلل فعلا من نسب تواصلهن مع الغير بشكل مباشر، بينما ترى 24.24% منهن أنه لم يقلل من نسب تواصلهن مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه).

أما بالنسبة للذكور فإن 45.27% منهم يرون أن الهاتف النقال لم يقلل كثيرا من نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر، في حين أن 33.11% منهم أجابوا بنعم، أما 21.62% فأجابوا بـ لا.

ونلاحظ من خلال الجدول أن كا² المحسوبة < كا² (0.05،، 2)، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في تأثير الهاتف النقال على نسبة التواصل مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه)، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 109: توزيع أفراد العينة حسب تأثير الهاتف النقال على نسبة التواصل بشكل مباشر وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		ليس كثيرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	15	09	45	08	40	20
متوسط	84	33.33	53	21.03	115	45.64	252
جيد	14	34.14	10	24.40	17	41.46	41
المجموع	101		72		140		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	06.89						

تظهر أرقام الجدول أن 45% من أفراد العينة من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يقرون بأن الهاتف النقال لم يقلل من نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر، بينما يرى 40% منهم أنه لم يقلل كثيرا من نسب تواصلهم الشخصي مع الغير، فيما أعرب 15% منهم عن تسبب النقال في تقليل نسب تواصلهم مع الغير بطريقة مباشرة (وجها لوجه).

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 45.64% منهم يرون أن الهاتف النقال لم يقلل كثيرا من نسب تواصلهم مع الغير بصفة شخصية، فيما يرى 33.33% منهم أنه قللها فعلا، أما 21.03% منهم فيرون أنه لم يقلل من نسب تواصلهم مع الغير بشكل مباشر.

أما ذوي المستوى الاقتصادي الجيد فإن 41.46% منهم أقروا بأن الهاتف النقال لم يقلل بشكل كبير من نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر أو وجها لوجه، بينما أجاب 34.14% منهم بنعم، في مقابل 24.40% أجابوا بـ لا.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة < كا² (0.05، 4)، كما هو واضح من خلال الجدول، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على مساهمة الهاتف النقال في التقليل من نسبة التواصل مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه)، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 110: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في عدم الاشتياق للآخرين:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
غالبا	30	09.58
أحيانا	179	57.19
نادرا	104	33.23
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 57.19% من أفراد العينة أقروا بأن الهاتف النقال يجعلهم أحيانا لا يشتاقون الى من يتواصلون معهم عبره، بينما أقر 33.23% منهم أنه نادرا ما يفعل ذلك، في حين أن 09.58% من المبحوثين أقروا بأن الهاتف النقال غالبا ما يجعلهم لا يشتاقون للأشخاص الذين يتواصلون معهم عبره.

ونستنتج من خلال هذه الأرقام أن الهاتف النقال وبفضل امكاناته الاتصالية التي تسمح بالوصول الى أي كان في أي مكان والإطلاع الدائم على أخباره، جعل عنصر الشوق الى الآخر لدى المبحوثين يقل نوعا ما، بحيث يشعرون في بعض الأحيان أنهم غير مشتاقين لأشخاص لم يروهم لمدة طويلة، ذلك أنهم يتواصلون معهم في معظم الأحيان من خلال الهاتف النقال.

جدول رقم 111: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في عدم الاشتياق للآخرين وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	16	09.70	93	56.36	56	33.94	165
ذكور	14	09.46	86	58.11	48	32.43	148
المجموع	30		179		104		313
$كا^2(0.05، 2)$	05.99						
$كا^2ح$	0.10						

تظهر أرقام الجدول أن أغلبية الاناث يقررن بأن الهاتف النقال يجعلهن أحيانا لا يشتقن للأشخاص الذين يتواصلن معهم من خلاله وذلك بنسبة 56.36%، بينما ترى 33.94% منهن أنه نادرا ما يفعل ذلك، أما 09.70% فيرين أنه غالبا ما يجعلهن لا يشعرن بالاشتياق للأفراد الذين يتواصلون معهم من خلاله.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للذكور، حيث أن 58.11% منهم أجابوا أن الهاتف النقال يجعلهم أحيانا لا يشتاقون لمن يتواصلون معهم من خلاله، أما 32.43% منهم فأجابوا بنادرا، في مقابل 09.46% أجابوا بغالبا.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن $كا^2$ المحسوبة < $كا^2(0.05، 2)$، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في تسبب الهاتف النقال في عدم الاشتياق للأشخاص الذين يتم التواصل معهم من خلاله، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 112: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في عدم الاشتياق للآخرين وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	01	05	10	50	09	45	20
متوسط	25	09.92	148	58.73	79	31.35	252
جيد	04	09.76	21	51.22	16	39.02	41
المجموع	74		195		44		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	02.53						

نلاحظ من خلال الجدول أن 50% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون بأن الهاتف النقال يجعلهم أحيانا لا يشتاقون للأشخاص الذين يتواصلون معهم من خلاله، و45% منهم يرون أنه نادرا ما يتسبب في ذلك، في حين أن 05% منهم يرون أنه غالبا ما يفعل ذلك.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فإن 58.73% منهم أقروا بأن الهاتف النقال يجعلهم أحيانا لا يشعرون بالاشتياق للأفراد الذين يتواصلون معهم من خلاله، بينما أقر 31.35% منهم أنه نادرا ما يفعل ذلك، أما 09.92% منهم فقد رؤوا أنه غالبا ما يتسبب في ذلك.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي الجيد، حيث أن 51.22% منهم أجابوا بأن الهاتف النقال يتسبب أحيانا في عدم اشتياقهم للآخرين، بينما أجاب 39.02% منهم بنادرا، في مقابل 09.76% أجابوا بغالبا.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على تسبب الهاتف النقال في عدم الشعور بالاشتياق للأشخاص الذين يتم التواصل معهم من خلاله، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 113: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في التقليل من حميمية العلاقات بين الافراد:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
كليا	41	13.10
نسبيا	231	73.80
أبدا	41	13.10
المجموع	313	100

نلاحظ من خلال الجدول أن 73.80% من المبحوثين يرون أن الهاتف النقال قلل نسبيا من حميمية العلاقات ما بين الأفراد، بينما يرى 13.10% منهم أنه قضى عليها كليا، وهي نفس النسبة التي شكلها المبحوثين الذين يرون أن الهاتف النقال لم يقلل أبدا من حميمية العلاقات بين الأفراد.

وتدل نتائج الجدول على أن الهاتف النقال ساهم الى حد ما في التقليل من الحميمية التي تطبع علاقات الأفراد ببعضهم البعض، وقد يعود السبب في ذلك الى الخصائص الاتصالية للهاتف النقال، حيث أنه يسمح للفرد بالتواصل مع غيره لكن عن بعد وبدون مواجهة مباشرة وبالتالي غياب الكثير من السلوكيات التي تسهم في اضفاء نوع من الحميمية على العلاقات التي تنشأ بين الأفراد المتواجهين بصفة شخصية، كالسلام مثلا أو العناق وما الى ذلك.

جدول رقم 114: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في التقليل من حميمية العلاقات بين الافراد وفق متغير الجنس:

الجنس / الخيارات	كليا		نسبيا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	30	18.19	113	68.48	22	13.33	165
ذكور	11	07.43	118	79.73	19	12.84	148
المجموع	41		231		41		313
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	08.23						

نلاحظ من خلال الجدول أن 68.48% من الاناث يرين أن الهاتف النقال قلل نسبيا من حميمية العلاقات ما بين الأفراد، ويرى 18.19% منهن أنه قضى عليها كليا، بينما تعتبر 13.33% منهن أنه لم يقلل أبدا من الحميمية في العلاقات مابين الأفراد.

أما بالنسبة للذكور، فإن 79.73% منهم يرون أن الهاتف النقال قلل نسبيا من الحميمية في العلاقات ما بين الأفراد، أما 12.84% منهم فيرون أنه لم يقللها أبدا، في مقابل 07.43% منهم يرون أن الهاتف النقال قضى بصفة كلية على الحميمية في العلاقات ما بين الأفراد.

وبتطبيق اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة تقدر بـ 08.23، وهي أكبر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، مما يعني قبول الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن هناك فروقا بين الجنسين في تقليل الهاتف النقال من حميمية العلاقات ما بين الأفراد، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 115: توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الهاتف النقال في التقليل من حميمية العلاقات بين الافراد وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	كليا		نسبيا		أبدا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	04	20	13	65	03	15	20
متوسط	31	12.30	187	74.20	34	13.50	252
جيد	06	14.63	31	75.60	04	09.75	41
المجموع	41		231		41		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	0.63						

تظهر أرقام الجدول أن 65% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف يرون أن الهاتف النقال قلل نسبيا من حميمية العلاقات ما بين الأفراد، بينما يرى 20% منهم أنه قضى عليها كليا، في حين أن 15% منهم يرون أن الهاتف النقال لم يؤثر أبدا على حميمية العلاقات ما بين الأفراد.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 74.20% منهم أقروا أن الهاتف النقال قلل نسبيا من الحميمية في العلاقات ما بين الأفراد، و13.50% منهم يرون أنه لم يقللها أبدا، في مقابل 12.30% من الذين يرون أنه قضى عليها كليا.

في حين أن 75.60% من المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد يرون أن الهاتف النقال قلل نسبيا من حميمية العلاقات بين الأفراد، أما 14.63% منهم فيرون أنه قضى عليها كليا، في مقابل 09.75% من الذين يعتبرون أن الهاتف النقال لم يقلل أبدا من الحميمية في العلاقات ما بين الأفراد.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على تقليل الهاتف النقال من حميمية العلاقات ما بين الأفراد، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 116: توزيع أفراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
نعم	54	17.25
لا	259	82.75
المجموع	313	100

تظهر أرقام الجدول أن أغلبية أفراد العينة غير مستعدين للاستغناء عن هواتفهم النقالة، حيث شكلوا نسبة 82.75% من المبحوثين، في مقابل 17.25% من أفراد العينة الذين أقروا أنه بإمكانهم الاستغناء عن هواتفهم النقالة.

وقد يعود السبب في عدم قدرة المبحوثين على التخلي عن هواتفهم النقالة الى كثرة اعتمادهم عليه في حياتهم الخاصة، في ربط العلاقات مع الآخرين والتواصل معهم وقضاء الأعمال، حتى بات يشكل جزءا منهم لا يمكن الاستغناء عنه.

جدول رقم 117: توزيع أفراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الجنس / الخيارات	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	33	20	132	80	165
ذكور	21	14.19	127	85.81	148
المجموع	54		259		313
كا²(0.05، 1)	03.84				
كا²ح	01.83				

نلاحظ من خلال الجدول أن 80% من الاناث صرحن بأنهن غير مستعدات للتخلي عن هواتفهن النقالة، في مقابل 20% أبدين استعدادهن لذلك.

نفس الشيء تقريبا بالنسبة للذكور، حيث أبدى 85.81% منهم عن عدم استعدادهم للتخلي عن هواتفهم النقالة، في حين أن 14.19% منهم أقروا بأنه يمكنهم الاستغناء عنها.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن كا² المحسوبة < كا² (0.05، 1)، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في إمكانية الاستغناء عن الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 118: توزيع أفراد العينة حسب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	نعم		لا		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	07	35	13	65	20
متوسط	37	14.68	215	85.32	252
جيد	10	24.39	31	75.61	41
المجموع	54		259		313
كا²(0.05، 2)	05.99				
كا²ح	07				

يتبين من خلال الجدول أن 65% من المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف لا يمكنهم الاستغناء عن هواتفهم النقالة، في مقابل 35% منهم يمكنهم ذلك.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن 85.32% منهم غير مستعدين للتخلي عن هواتفهم النقالة، أما 14.68% منهم فأقروا بإمكانية تخليهم عن الهاتف النقال.

وبخصوص المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن 75.61% منهم عبروا عن عدم قدرتهم على الاستغناء عن هواتفهم النقالة، في حين أن 24.39% أجابوا بإمكانية استغنائهم عن الهاتف النقال.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 2، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية البديلة، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي يؤثر على امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 119: توزيع أفراد العينة حسب أسباب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال:

الخيارات / التكرارات	التكرار	النسبة%
ليس ضروري وقد يسبب الازعاج	24	35.82
يمكن تعويضه بوسائل اخرى	24	35.82
تفضيل الاتصال الشخصي	19	28.36
المجموع	67	100

(* المبحوث أعطى اكثر من خيار)

تظهر أرقام الجدول أن المبحوثين الذين أبدوا استعدادهم للتخلي عن الهاتف النقال أرجعوا ذلك الى أن الهاتف النقال غير ضروري، كما أنه يكون في الغالب مصدرا للإزعاج وذلك بنسبة 35.82%، وبنفس النسبة لإمكانية تعويضه بوسائل اتصالية أخرى تكون أكثر فاعلية منه كالاتصال عن طريق الانترنت أو وسائل أقل تكلفة من الهاتف النقال كالهاتف الثابت. في حين أنهم يرجعون السبب الى تفضيل التواصل مع الغير بشكل مباشر (وجها لوجه) على الاتصال بهم وسيليا بنسبة 28.36%.

جدول رقم 120: توزيع أفراد العينة حسب أسباب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات / الجنس	ليس ضروري وقد يسبب الازعاج		يمكن تعويضه بوسائل اخرى		تفضيل الاتصال الشخصي		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	15	34.09	15	34.09	14	31.82	44
ذكور	09	39.13	09	39.13	05	21.74	23
المجموع	24		24		19		67
كا²(0.05، 2)	05.99						
كا²ح	0.81						

نلاحظ من خلال الجدول أن الاناث يرجعن سبب استعدادهن للتخلي عن الهاتف النقال لكونه ليس ضروري وقد يسبب الازعاج وذلك بنسبة 34.09%، وبنفس النسبة لإمكانية تعويضه بوسائل أخرى خاصة الانترنت والهاتف الثابت، وبنسبة 31.82% لتفضيلهن الاتصال الشخصي على الاتصال الوسيلي.

أما بالنسبة للذكور فإنهم ارجعوا أسباب استعدادهم للتخلي عن هواتفهم النقالة الى كون الهاتف النقال غير ضروري وقد يكون مصدرا للإزعاج بنسبة 39.13%، وبنفس النسبة لإمكانية تعويضه بوسائل اتصالية أخرى، وبنسبة 21.74% لتفضيلهم الاتصال الشخصي على الاتصال الوسيلي.

كما نلاحظ من خلال الجدول أن كا² المحسوبة < كا²(0.05، 4)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية، ومنه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أنه لا توجد فروق بين الجنسين في أسباب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 121: توزيع أفراد العينة حسب أسباب امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	ليس ضروري وقد يسبب الازعاج		يمكن تعويضه بوسائل اخرى		تفضيل الاتصال الشخصي		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	03	42.86	02	28.57	02	28.57	07
متوسط	16	34.04	16	34.04	15	31.92	47
جيد	05	38.46	06	46.15	02	15.39	13
المجموع	24		24		19		313
كا²(0.05، 4)	09.48						
كا²ح	0.98						

نلاحظ من خلال أرقام الجدول أن السبب وراء استعداد بعض المبحوثين من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف للتخلي عن هواتفهم النقالة هو كونه غير ضروري جدا وقد يسبب الازعاج أحيانا وذلك بنسبة 42.86%، وبنسبة 28.57% لإمكانية تعويضه بوسائل اتصالية أخرى وكذا تفضيل الاتصال الشخصي على الاتصال الوسيلي.

وبالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط فقد ارجعوا السبب الى كونه ليس ضروري وقد يكون أحيانا مصدرا للإزعاج بنسبة 34.04%، وبنفس النسبة لإمكانية تعويضة بوسائل اتصالية أخرى، وبنسبة 31.92% الى تفضيلهم الاتصال الشخصي على الاتصال الوسيلي.

أما فيما يخص ذوي المستوى الاقتصادي الجيد ممن ابدوا استعدادهم للاستغناء عن الهاتف النقال فقد أرجعوا ذلك الى امكانية تعويضه بوسائل اتصالية أخرى وذلك بنسبة 46.15%،وهي نسبة مرتفعة نوعا ما مقارنة مع النسب التي شكلها المبحوثون من ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف(28.57%) والمستوى الاقتصادي المتوسط(34.04%)، وقد يرجع السبب في ذلك الى كون ذوي المستوى الاقتصادي الجيد يملكون فرصا أكبر من غيرهم في التعاطي مع التكنولوجيا الجديدة للاتصال المتمثلة في الانترنت نظرا لأسعارها المرتفعة نوعا ما.

أما بالنسبة لبقية الأسباب فتمثلت في كونه غير ضروري في الحياة وقد يكون مصدرا للإزعاج بنسبة 38.46%، وبنسبة 15.39% لأنهم يفضلون الاتصال الشخصي المباشر على الاتصال عبر الهاتف النقال.

وحسب اختبار كا²، فإن كا² المحسوبة = 0.98، وهي أصغر من كا² الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وعليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على الاسباب التي تدفع المبحوثين الى التخلي عن هواتفهم النقالة، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 122: توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال:

الاسباب / التكرارات	التكرار	النسبة%
الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال	127	34.14
من ضروريات الحياة العصرية	75	20.16
التعود عليه	69	18.55
يساعد على تقوية العلاقات والحفاظ عليها	79	21.24
وسيلة للتسلية وملء أوقات الفراغ	22	05.91
المجموع	372	100

(* المبحوث أعطى اكثر من خيار)

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر سبب يدفع المبحوثين لعدم الاستغناء عن الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 34.14%، أما السبب الثاني فهو كون الهاتف النقال يساعدهم على تقوية علاقاتهم بالغير والحفاظ عليها وذلك بنسبة 21.24%، وبنسبة 20.16% لكون الهاتف النقال أصبح يعد بالنسبة لهم أحد ضروريات الحياة العصرية، ويتمثل السبب الرابع في التعود على الهاتف النقال كوسيلة مرافقة لهم بشكل يومي وذلك بنسبة 18.55%، أما السبب الخامس لعدم القدرة على الاستغناء عن الهاتف النقال هو استغلاله كوسيلة للتسلية وملء أوقات الفراغ وذلك بنسبة 05.91%.

جدول رقم 123: توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير الجنس:

الخيارات \ الجنس	الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال		من ضروريات الحياة العصرية		التعود عليه		يساعد على تقوية العلاقات والحفاظ عليها		وسيلة للتسلية وملء أوقات الفراغ		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
اناث	66	33.85	40	20.51	29	14.87	44	22.56	16	08.21	195
ذكور	61	34.46	35	19.77	40	22.60	35	19.77	06	03.40	177
المجموع	127		75		69		79		22		372
كا^{2}ج (4 ،0.05)	09.48										
كا^{2}ح	06.98										

تظهر أرقام الجدول أن السبب الأول وراء عدم استعداد الاناث للتخلي عن الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 33.85%، أما السبب الثاني فهو مساعدته لهن في تقوية علاقاتهن بالغير والحفاظ عليها وذلك بنسبة 22.56%، وتمثل السبب الثالث في اعتباره ضرورة من ضروريات الحياة العصرية وذلك بنسبة 20.51%، أما السبب الرابع فهو التعود عليه وذلك بنسبة 14.87%، في حين تمثل السبب الخامس في كونه وسيلة تسلية مفيدة لملء أوقات الفراغ وذلك بنسبة 08.21%.

أما بالنسبة للذكور، فإن السبب الأول وراء عدم قدرتهم على الاستغناء عن هواتفهم النقالة هو الحاجة للتواصل مع الغير عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 34.46%، وبنسبة 22.60% بسبب التعود عليه، و19.77% لكونه من ضروريات الحياة العصرية وكذا اعتباره وسيلة مهمة لتقوية العلاقات والحفاظ عليها، وبنسبة 03.40% لاعتباره وسيلة للتسلية وملء أوقات الفراغ.

ونلاحظ من خلال الجدول أن كا^2 المحسوبة أصغ من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 4، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن الجنس لا يؤثر على أسباب عدم امكانية التخلي عن الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

جدول رقم 124: توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم امكانية الاستغناء عن الهاتف النقال وفق متغير المستوى الاقتصادي:

الخيارات / المستوى الاقتصادي	الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال		من ضروريات الحياة العصرية		التعود عليه		يساعد على تقوية العلاقات والحفاظ عليها		وسيلة التسلية وملء اوقات الفراغ		المجموع
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	
ضعيف	09	47.37	03	15.79	01	05.26	06	31.58	00	00	19
متوسط	101	32.79	59	19.16	60	19.48	67	21.75	21	06.82	308
جيد	17	37.78	13	28.89	08	17.78	06	13.33	01	02.22	45
المجموع	127		75		69		79		22		372
$كا^2_{(8، 0.05)}$	15.50										
$كا^2_ح$	06.13										

تظهر أرقام الجدول أن السبب الأول وراء عدم استعداد المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الضعيف للتخلي عن الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 47.37%، أما السبب الثاني فهو مساهمته في تقوية العلاقات والحفاظ عليها وذلك بنسبة 31.58%، فيما تمثل السبب الثالث في اعتباره أحد ضروريات الحياة العصرية وذلك بنسبة 15.79%، بينما تمثل السبب الرابع في التعود عليه وذلك بنسبة 05.26%.

أما بالنسبة لذوي المستوى الاقتصادي المتوسط، فإن السبب الاول وراء عدم قدرتهم على التخلي عن الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 32.79%، أما السبب الثاني فهو مساهمته في تقوية العلاقات والحفاظ عليها وذلك بنسبة 21.75%، فيما تمثل السبب الثالث في التعود عليه وذلك بنسبة 19.48%، في حين أن السبب الرابع هو اعتباره أحد ضروريات الحياة العصرية وذلك بنسبة 19.16%، والسبب الخامس هو كونه وسيلة تسلية تستخدم لملء أوقات الفراغ وذلك بنسبة 06.82%.

وبالنسبة للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الجيد، فإن السبب الأول وراء عدم إمكانية استغنائهم عن الهاتف النقال هو الحاجة للتواصل عن بعد وقضاء الأعمال والحاجات وذلك بنسبة 37.78%، أما السبب الثاني فهو اعتباره أحد ضروريات الحياة العصرية وذلك بنسبة 28.89%، والسبب الثالث هو التعود عليه وذلك بنسبة 17.78%، بينما تمثل السبب الرابع في مساهمته في تقوية العلاقات والحفاظ عليها وذلك بنسبة 13.33%، في حين أن السبب الخامس هو كونه وسيلة تسلية تستخدم لملء أوقات الفراغ وذلك بنسبة 02.22%.

وبتطبيق اختبار كا^2، فإن كا^2 المحسوبة أصغر من كا^2 الجدولية عند مستوى الخطأ 0.05 ودرجة الحرية 8، كما هو واضح من خلال الجدول، مما يعني قبول الفرضية الصفرية، وبناءا عليه فالباحثة متأكدة بنسبة 95% أن المستوى الاقتصادي لا يؤثر على أسباب عدم إمكانية الاستغناء عن الهاتف النقال، مع احتمال خطأ يقدر بـ 05%.

النتيجة الجزئية الرابعة:

يمكن تلخيص نتائج المحور الرابع في النقاط التالية:

1) يحمل الطالب الجامعي هاتفه النقال معه في كل مكان (89.78%).
2) يفضل الطالب الجامعي التواصل مع الغير بشكل مباشر على التواصل معهم عبر الهاتف النقال (77.32%).
3) يساعد الهاتف النقال أحيانا الطالب الجامعي على تقوية علاقاته مع الآخرين (62.30%).
4) لم يقلل الهاتف النقال كثيرا من نسبة تواصل الطالب الجامعي مع الغير بشكل مباشر (44.73%).
5) يجعل الهاتف النقال الطالب الجامعي لا يشتاق أحيانا الى من يتواصل معهم من خلاله (57.19%).
6) قلل الهاتف النقال نسبيا من حميمية علاقات الطالب الجامعي مع الآخرين (73.80%).
7) الطالب الجامعي غير مستعد للتخلي عن الهاتف النقال (82.75%)، بسبب الحاجة إليه للتواصل مع الغير، وقضاء الأعمال (34.14%)، وكذا مساهمته في مساعدته على تقوية علاقاته بالغير والحفاظ عليها (21.24%).

وكخلاصة يمكن القول أن الطلبة الجامعيين أصبحوا يعتمدون على الهاتف النقال بشكل كبير في الاتصال بالغير، لذا يحرصون على حمله معهم في كل مكان يكونون فيه، إذ بات يشكل رفيقا دائما لهم ساعدهم على تقوية علاقاتهم بالآخرين، وذلك من خلال التواصل عبره، إلا إنه لم يؤد الى تقليل نسبة تواصلهم مع الغير بشكل مباشر، ذلك أن معظمهم يفضلون الاتصال الشخصي على التواصل عبر الهاتف النقال مع غيرهم، أي أن الاتصال الوسيلي لم يؤد إلى تراجع الاتصال الشخصي المباشر، لكن رغم ذلك فقد تسبب الهاتف النقال في تقليل الشعور بالاشتياق للآخر بالنسبة للطالب الجامعي، كما قضى بشكل نسبي على الحميمية في علاقات الطلبة الجامعيين بغيرهم. وما يمكن الوصول إليه هو أن الهاتف النقال بقضائه على حاجز المكان والزمان بين الأفراد سهل بناء العلاقات الاجتماعية والحفاظ عليها، لكنه في الوقت نفسه قلل نسبيا من البعد الإنساني، الذي يتميز بالود والحميمية التي تطبع العلاقات الإنسانية، وقلل من عنصر الاشتياق للآخر.

٧. النتائج العامة للدراسة:

أجريت هذه الدراسة الميدانية على عينة مكونة من 313 طالب وطالبة من جامعة منتوري-قسنطينة-، المسجلين للموسم الدراسي 2012/2011، ممن يستخدمون الهاتف النقال في قضاء حاجاتهم الاتصالية، وقد اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات والبيانات الميدانية بغية التوصل إلى نتائج تتعلق بجوانب أساسية بأنماط استخدامات عينة الدراسة للهاتف النقال والدوافع التي تقف وراء هذا الاستخدام، وكذا تأثيرات هذا الاستخدام على الأنماط الاتصالية للطالب الجامعي، ويمكن حصر النتائج التي توصلت لها الدراسة في مايلي:

- فيما يخص عادات ودوافع الاستخدام توصلت الدراسة إلى أن:

1) يستخدم الطالب الجامعي الهاتف النقال منذ مدة طويلة (77.63% يستخدمونه منذ مدة تزيد عن ثلاث سنوات)، وقد أصبح شيئا ملازما له لا يمكنه الاستغناء عنه.
2) أوجد الهاتف النقال طرقا اتصالية جديدة لدى الطالب الجامعي، تتمثل في التواصل عن طريق المكالمات والتراسل المكتوب.
3) استخدام الطالب الجامعي لخدمة المكالمات (58.47% يجرون أكثر من مكالمتين في اليوم) يفوق استخدامه لخدمة الرسائل القصيرة (60.06% يستخدمون رسالة واحدة يوميا).
4) لا يملك الطالب الجامعي ثقافة الرسائل متعددة الوسائط حيث أن 81.47% من المبحوثين لا يستخدمون أبدا خدمة MMS.
5) بداية تشكل ثقافة الاسراف الاستهلاكية لدى الطالب الجامعي، والتي نتلمسها سواء في عدد الشرائح المملوكة أو معدل المكالمات المجرات في اليوم.
6) يغلب على استخدامات الطالب الجامعي للهاتف النقال الطابع السلبي، ذلك أن معظم هذه الاستخدامات تصب في إطار التسلية، حيث أن 52.72% من المبحوثين غالبا ما يستمعون للموسيقى من خلال هواتفهم النقالة، و27.27% منهم يستخدمون كثيرا تطبيقات التنسيق، و26.92% يستخدمون تطبيقات الألعاب، و20.50% يستخدمون تطبيقات التصوير وتسجيل أفلام الفيديو.
7) يستخدم الطالب الجامعي الهاتف النقال لتخزين معلومات خاصة به (65.50% من المبحوثين)، رغم عدم ثقته فيه كوسيلة مناسبة لحفظ الأسرار.

8) لا يجد الطالب الجامعي حرجا في اطلاع أفراد أسرته على محتويات هاتفه النقال (60.38%).

9) بالنسبة لاستخدامات النقال في الاتصال، فإن الطالب الجامعي يفضل خدمة المكالمات على خدمة الرسائل القصيرة.

10) يعتبر الطالب الجامعي المكالمات أكثر واقعية وأقرب للاتصال الشخصي المباشر.

11) تمثل خدمة الرسائل القصيرة بالنسبة للطالب الجامعي أفضل وسيلة لتبادل التهاني والمعايدات.

12) استخدامات الطالب الجامعي للهاتف النقال في التواصل الاجتماعي يصب في إطار التواصل مع الأهل والأصدقاء (59.50%)، وإقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر (23.38%). أما الاستخدامات العملية فهي محدودة جدا، فمكالمات العمل التي يجريها أفراد العينة تمثل نسبة 16.07%، أما المكالمات مع الأساتذة فلا تتجاوز نسبة 02.70%، في حين أن المكالمات الدينية شكلت نسبة 01.05%.

➢ أما بالنسبة لتأثيرات الهاتف النقال على الاتصال الاجتماعي فقد توصلت الدراسة الى:

1) ساهم الهاتف النقال في تعزيز الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي خاصة مع الأصدقاء (40.03%)، وجعله على ارتباط دائم بهم.

2) لا يستخدم الطالب الجامعي الهاتف النقال للتواصل مع الأهل، إلا بصفة محدودة (13.92%).

3) عزز الهاتف النقال الاتصال ما بين الطالب الجامعي وأسرته، وسمح له بالبقاء على اتصال دائم بهم حتى خارج حدود المنزل، ومتابعة أخبارهم والاطمئنان عليهم في حالة البعد عن مكان الإقامة.

4) ساهم الهاتف النقال في تقليل الرقابة الأبوية على الطالب الجامعي، حيث يستغل هذا الأخير النقال للكذب وإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن تواجده (40.57% يفعلون ذلك أحيانا، و07.99% يفعلون ذلك غالبا)، وكذا إقامة علاقات عاطفية بطريقة سرية.

5) سهل الهاتف النقال إقامة العلاقات العاطفية بين الجنسين بطريقة سرية (46%) مما يسمح لهم بالتنصل من الرقابة الأبوية والاجتماعية.

6) يعتبر الطالب الجامعي الهاتف النقال مجرد وسيلة لإقامة العلاقات والحفاظ عليها (40.82%)، أما بالنسبة للذين يرون فيه وسيلة لإنجاز الأعمال فيشكلون نسبة (31.76%).

7) لا يعتبر الهاتف النقال سببا للعزلة وغياب الحوار الأسري لدى الطالب الجامعي، ذلك أنه يفضل مشاركة أفراد أسرته الحديث أثناء مجالستهم (86.26%) على الانشغال بهاتفه النقال.

- وفيما يخص تأثيرات الهاتف النقال على العلاقات الاجتماعية للطالب الجامعي فقد خلصت الدراسة الى:

1) لم يتسبب الهاتف النقال في انحسار الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي حيث أنه غالبا ما يتعامل مع الأشخاص الذين يتواصل معهم عبر النقال بصفة شخصية (67.09%).
2) لم يدفع الهاتف النقال الطالب الجامعي إلى اعتماد الاتصال الوسيلي على حساب الاتصال الشخصي إذ أنه يميل الى التواصل مع غيره بشكل مباشر على التواصل عبر الهاتف النقال (77.32%).
3) أدى الهاتف النقال إلى انحسار البعد الانساني العاطفي في العلاقات حيث أنه قلل من عنصر الشوق للآخرين لدى الطالب الجامعي (57.19%)، كما قلل نسبيا من حميمية علاقاته بغيره (73.80%).

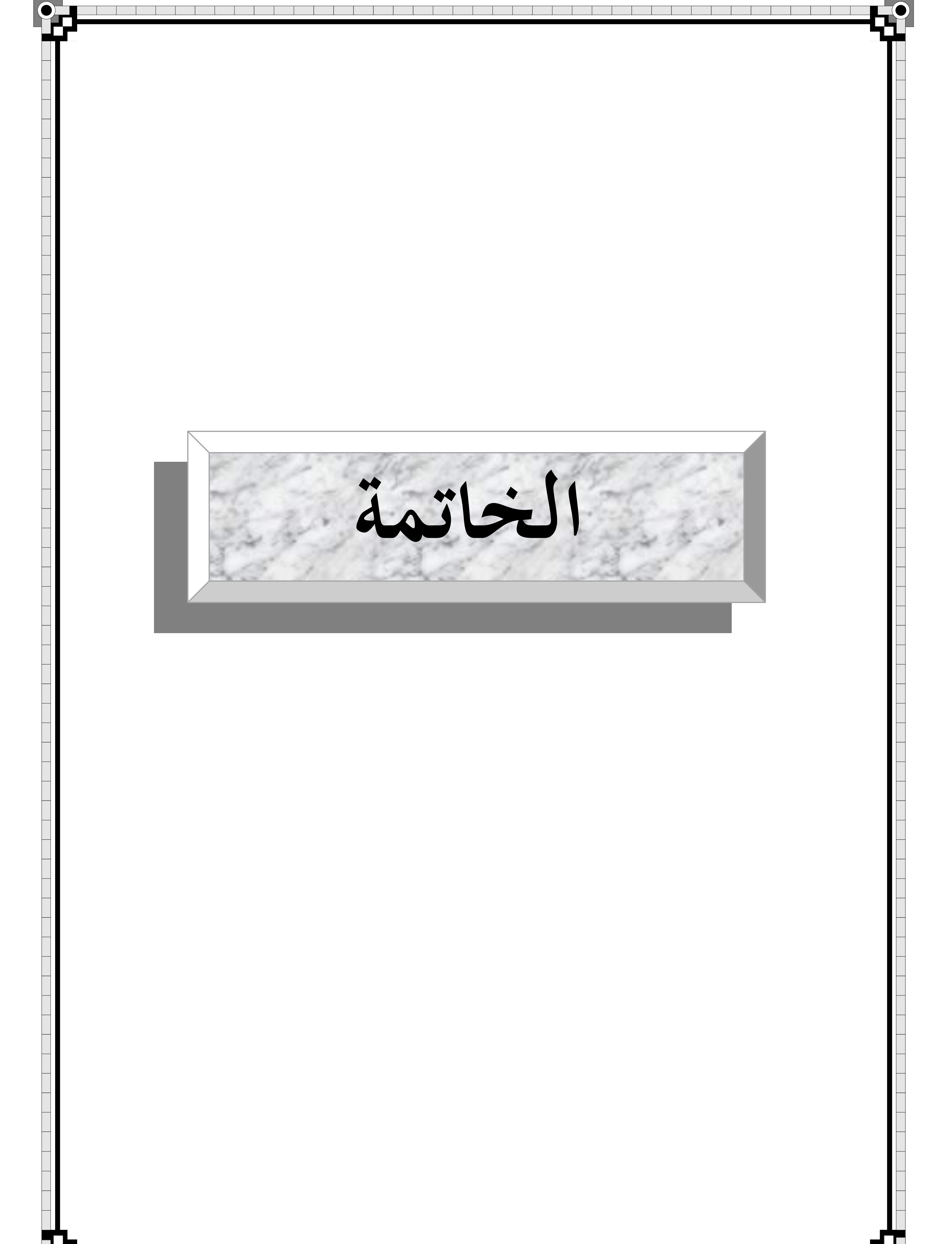
VI. نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة:

مجمل الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التأثيرات الاجتماعية لاستخدام الهاتف النقال والتي تم التطرق لها من خلال الفصل الأول للدراسة، توصلت في مجملها الى جملة من النتائج التي إذا ما قارناه بنتائج دراستنا هذه سنجد أنها تتفق معها في أغلب النقاط والمتمثلة أساسا في:

1) الاتفاق على شيوع ثقافة ما يسمى بالهاتف النقال لدى الشباب، والإدمان على استخدامه لدرجة عدم القدرة على التخلي عنه، وهي النتيجة التي توصلت لها جل الدراسات السابقة.
2) سيادة الطابع السلبي على استخدامات الشباب للهاتف النقال، حيث أن استخدامه يقتصر على تطبيقات الترفيه والتواصل مع الأهل والأصدقاء وإقامة العلاقات العاطفية.
3) كما اتفقت نتائج الدراسات السابقة على مساهمة النقال في القضاء على البعدين الزماني والمكاني، وتسهيل إقامة العلاقات بالآخرين، وكذا تعزيز التواصل الأسري خارج حدود المنزل.
4) كما تتفق نتائج دراستنا مع نتائج الدراسات السابقة في مساهمة الهاتف النقال في التقليل من الرقابة الأبوية على الأبناء، وكذا مساهمته في التعدي على المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمعات العربية المحافظة، من خلال استخدامه في إقامة علاقات غير شرعية بين الجنسين، وكذا استغلاله في الكذب وإعطاء المعلومات الخاطئة والتنصل من المواقف المحرجة.

إلا أن نتائج دراستنا تتعارض مع النتيجة التي توصلت لها دراسة عبير محمد سرور **(الجوال وتأثيره في علاقة الشباب في ريف مدينة دمشق)**، أن النقال ساهم في ازدياد مشاعر الود في العلاقات، حيث توصلت دراستنا الى أن النقال أدى الى التقليل من حميمية العلاقات وكان سببا في تراجع الشعور بالاشتياق للآخرين.

كما لا تتفق مع النتيجة التي توصلت لها دراسة عبد الوهاب جودة **(دراسة ميدانية حول استخدام الشباب للهاتف المحمول)**، من تسبب النقال في ضعف الحوارات الشخصية والتفاعلات الاجتماعية وجها لوجه، حيث توصلت دراستنا الى عدم تسبب الهاتف النقال في انحسار الاتصال الشخصي المباشر لدى الطالب الجامعي، فهذا الاخير يفضل التواصل مع غيره بشكل مباشر على التواصل عن طريق الهاتف النقال.



الخاتمة

الخاتمة:

إن اجتياح التكنولوجية الاتصالية حياة الأفراد وتوغلها في كافة مناحيها، جعل هذه الحياة تتغير شيئا فشيئا، متكيفة بذلك مع معطيات هذه التكنولوجيا، والهاتف النقال من خلال ما سبق التطرق إليه، يعد أحد منتجات التكنولوجيا التي عرفت انتشارا سريعا بين الأفراد، هذا الانتشار والاستخدام المتنامي ترك آثاره على الفرد، إن كان من ناحية بناء علاقاته أو سلوكاته الاتصالية. وقد قامت هذه الدراسة بغية الكشف عن انعكاسات استخدام وسيلة الهاتف النقال على الأنماط الاتصالية التي درج الفرد على استخدامها واعتمادها في بناء توليفة علاقاته بما يحيط به من أشخاص، ولأن هذه الوسيلة وبما يميزها من خصائص تكنولوجية تستغوي فئة الشباب بكثرة، نظرا لشغفهم بمستحدثات التكنولوجيا وحرصهم على تتبع تطوراتها، فقد وقع الاختيار على فئة الطلبة الجامعيين لتكون هدفا للدراسة، وبتتبع الخطوات المنهجية العلمية المتفق عليها في الأوساط البحثية، تم جمع مجموعة من المعلومات الميدانية، تمخضت عنها جملة من النتائج والحقائق التي قادت إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة التي انطلقت منها.

فقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تقف على طبيعة استخدام الطالب الجامعي للهاتف النقال ودوافع هذا الاستخدام، إذ أكدت المعطيات البيانية أن استخدام الطالب للهاتف النقال لا يتوقف عند الاستخدامات الاتصالية، وإنما يتجاوزها الى ميادين أخرى تتيحها الطبيعة التكنولوجية لهذه الوسيلة وتعدد تطبيقاتها.

فالطالب الجامعي يستخدم الهاتف النقال للاستماع للموسيقى، وإلتقاط الصور وتسجيل أفلام الفيديو التي تؤرخ لمحطات معينة من حياته، كما يستغله لتبادل البيانات مع غيره من خلال تطبيقات نقل البيانات كالبلوتوث، إضافة الى استغلاله للإطلاع على الوقت والتاريخ وكتابة الملاحظات، وحتى كتابة المذكرات والاحتفاظ بها، ويستغله كآلة حاسبة، وجهاز للألعاب وملء أوقات الفراغ، كما أنه يستخدمه كوسيلة للولوج إلى شبكة الأنترنت.

أما بالنسبة للاستخدام في مجال الاتصالات، فيكون في إطار التواصل مع الأهل والأصدقاء وإقامة العلاقات العاطفية مع الجنس الآخر. فالهاتف النقال سمح للطالب الجامعي بتعزيز علاقاته وزيادة فرص التواصل مع الغير خاصة الأصدقاء، كما سمحت طبيعته التكنولوجية وإمكاناته الاتصالية بتجاوز حدود المكان والزمان، وتجاوز القيم المجتمعية، حيث سهل بناء العلاقات ما بين الجنسين وسمح بتطويرها.

إلا أن الملاحظ على هذه الاستخدامات والدوافع التي تقف ورائها هو سيادة الطابع السلبي عليها أكثر من العملي، فجل الاستخدامات تصب في إطار التسلية والترفيه، وحتى الاستخدامات الاتصالية تتلخص في المكالمات مع الأصدقاء والجنس الآخر، وعادة ما تكون هذه المكالمات غير مفيدة المحتوى. كما أن طبيعة استخدام الطالب الجامعي للهاتف النقال تشير إلى بداية شيوع ثقافة الإسراف الإستهلاكي، والتي نتلمحها من خلال عدد الشرائح المملوكة والمكالمات المجرات في اليوم.

أما بالنسبة لتأثيرات الهاتف النقال على الاتصال الشخصي، فالبرغم من امكاناته الاتصالية، إلا أن نتائج الدراسة تؤكد أن الهاتف النقال لم يؤدي الى انحسار الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي، فهذا الأخير يفضل التواصل وربط علاقاته الاجتماعية وتوطيدها اعتمادا على المقابلات الشخصية، ولا يمثل النقال بالنسبة له إلا وسيلة لدعم ذلك وليس بديلا للاتصالات المباشرة، وحتى خلال استخدامه للهاتف النقال في إطار التواصل، فإنه يفضل خدمة المكالمات لأنها أكثر واقعية بالنسبة له وتضعه في إطار قريب لمشهد الاتصال الشخصي المباشر، ما يوصلنا إلى نتيجة أن الهاتف النقال جعل من الاتصال الوسيلي أحد أشكال تدعيم الاتصال الاجتماعي، غير أنه لا يمكن اعتباره بديلا للاتصال الشخصي، ذلك أن هذا الأخير، لم تتراجع وتيرته في حياة الطالب الجامعي، والذي يلجأ اليه في غالب الأحيان ومتى توفر له ذلك.

وبالنسبة للاتصال المكتوب، فرغم انخفاض تكلفة الرسائل القصيرة مقارنة بالمكالمات إلا أن الطالب الجامعي لا يعتمد هذا الشكل الاتصالي في تواصله مع الغير، إلا في حالات نادرة مرتبطة في غالبيتها بنفاذ الرصيد أو الحاجة للتنصل من المواقف الحرجة، وقد يرجع هذا إلى حجمها المحدود الذي يحد من إمكانات التعبير وايصال أكبر عدد من المعلومات، وعليه فهذه الخدمة، وإن كانت تعتبر عملية بالنسبة للبعض خاصة من ناحية التكلفة، إلا أنها لم تنمي لدى الطالب الجامعي ما يمكن اعتباره إدمانا على الرسائل القصيرة، بما يشكل ثقافة تسمى ثقافة الرسائل القصيرة، وبالتالي فالهاتف النقال لم يعزز كثيرا الاتصال المكتوب بالنسبة للطالب الجامعي.

أما على مستوى الاتصال الأسري، فقد سمح الهاتف النقال للطالب الجامعي بالبقاء على اتصال دائم بأفراد أسرته، كما سمح للآباء بمتابعة تحركات الأبناء خارج حدود المنزل، وجعل التواصل الأسري يخرج من نطاقه الضيق الذي كان متوقفا على التواجد في نفس المكان. إلا أنه في الوقت نفسه أصبح يستغل في الكذب على أفراد الأسرة وتمويه الحقائق، كإعطاء معلومات خاطئة عن أماكن التواجد، اضافة الى

استغلاله لربط علاقات مع الجنس الآخر بشكل سري، وبالتالي فقد ساعد على التنصل من الرقابة الأبوية والضبط الأسري.

وفيما يخص البعد الانساني لعلاقات الطالب الجامعي، فقد توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المتواصل للهاتف النقال في إطار الاتصال بالغير خاصة الأصدقاء، جعل الطالب الجامعي، أولا يحصر اتصالاته مع عدد محدود من الأفراد سواء كانوا أصدقاء أو أهل أو شخص تربطه به علاقة عاطفية، أما كثرة التواصل، فتجعل الفرد على اطلاع دائم بأخبار الطرف الآخر، ويكون هناك تفاعل مستمر بينهما وإن كان عن بعد، إلا أن هذا النسق الاتصالي يجعل الفرد لا يحس بغياب الطرف الآخر من العملية الاتصالية، فهو حاضر بشكل مستمر من خلال الصوت، وبالتالي فإن مستخدم النقال لن يشعر بالغياب الجسدي للآخر مادام حاضرا صوتا، مما يعني أن عنصر الشوق أو الاشتياق سيقل نوعا ما. كما أن الحديث من خلال النقال يمنع وصول العديد من الرسائل التي يتلقاها الفرد عادة عن طريق ما يسمى بالاتصال غير اللفظي وخاصة لغة الجسد، كتعابير التفاعل، وحركات السلام التي تظفي نوعا من المودة على العلاقة التي تنشأ بين الشخصين المتقابلين وجها لوجه. كما أن الالتقاء المباشر مع الأشخاص الذين يتواصلون بشكل كثير عبر الهاتف النقال، ومع تناقص عنصر الاشتياق والحنين، يجعل اللقاء مفتقدا للحميمية التي قد تطبع لقاء الأشخاص الذين ينقطع الاتصال بينهم لمدة من الزمن، وما يمكن الوصول إليه هو أن الهاتف النقال بقضائه على البعدين المكاني والزماني، ساهم في تقليل البعد اللإنساني لعلاقات الطالب الجامعي.

ما يمكن الإشارة إليه في الأخير، أن نتائج هذه الدراسة تبقى خاصة بمجتمع الدراسة الذي طبقت عليه وغير قابلة للتعميم، فهي مرشحة للتغير بتغير الظروف والمعطيات الميدانية، إلا أن هذا لا يمنع من أخذها بعين الاعتبار في محاولة فهم آليات استخدام وسيلة الهاتف النقال وانعكاساتها على العملية الاتصالية، كما أن هذه النتائج تجعلنا نتجه الى طرح جملة من التوصيات التي لابد من محاولة تطبيقها سعيا للسيطرة على آثار الهاتف النقال على أشكال الاتصال الاجتماعي، إذ لابد من:

1. تنظيم حملات تتضمن التوعية بمخاطر الهاتف النقال، إن كان على مستوى العلاقات الاجتماعية، أو على المستوى الصحي.

2. اطلاق برامج تساعد على ترشيد استخدام الفرد للهاتف النقال، ومساعدته على عدم الوقوع في فخ الاستهلاك المفرط، الذي يقود الى الإنفاق المسرف. وجعله يستغل الهاتف النقال بطريقة عملية أكثر بعيدا عن الاستخدامات غير المفيدة.
3. مساعدة الأسرة في تفعيل آليات للتحكم في استخدام الأبناء لوسيلة الهاتف النقال، ومراقبة هذا الاستخدام. إضافة إلى عدم تمكين الأبناء من امتلاك هذه الوسيلة في سن مبكرة.
4. التوعية بأهمية الاتصال الشخصي المباشر في الحياة الاجتماعية للفرد، والتشديد على عدم الإفراط في استغلال الهاتف النقال في بناء العلاقات وتوطيدها، والانسياق وراء إمكاناته التكنولوجية الاتصالية، مما يسمح بتعميق الهوة الاجتماعية الانسانية في العلاقات.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

- **القرآن الكريم.**
- **المعاجم والقواميس:**

1) ابن منظور، **معجم لسان العرب**، ط4، بيروت، دار صادر، 2005، المجلد01.
2) ابن منظور، **معجم لسان العرب**، ط4، بيروت، دار صادر، 2005، المجلد13.
3) احمد زكي بدوي، **معجم المصطلحات الإعلامية**، القاهرة، دار الكتاب المصري اللبناني، 1985.
4) احمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية**، بيروت، مكتبة لبنان، 1993.
5) طارق سيد احمد الخليفي، **معجم مصطلحات الإعلام**، ط01، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2008.
6) جان فرنسوا دورتيه، **معجم العلوم الإنسانية**، ترجمة جورج كتورة، ط01، أبو ظبي، كلمة ومجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2009.
7) جرجس ميشال جرجس، **معجم مصطلحات التربية والتعليم**، ط01، لبنان، دار النهضة العربية، 2005.
8) فريد نجار، **المعجم الموسوعي لمصطلحات التربية**، ط01، لبنان، مكتبة لبنان، 2003.
9) محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، ط01، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
10) محمد عاطف غيث، **قاموس علم الاجتماع**، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، د.ت.
11) محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، ط01، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
12) مجدي عزيز ابراهيم، **معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلم**، ط01، القاهرة، عالم الكتب، 2009.

- **الموسوعات:**

1) **الموسوعة العلمية الشاملة**، قسم الأبحاث بإشراف سمير عازار، بيروت، لبنان، نوبيليس، 2004، التكنولوجيا، المجلد10.

2) ميشيل مان، **موسوعة العلوم الاجتماعية**، ترجمة عادل مختار الهواري، سعد عبد العزيز مصلوح، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1999.

- **الكتب:**

1) إبراهيم الأخرس، **الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية**، ط01، مصر، ايتراك للطباعة والنشر، 2008.
2) احسان محمد الحسن، **الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي**، ط02، لبنان، دار الطليعة، 1986.
3) أحمد عظيمي، **منهجية كتابة المذكرات** وأطروحات **الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
4) اسماعيل علي السعد، **الشباب والتنمية في المجتمع السعودي**، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1989.
5) السيد عبد الحميد عطية، محمد محمود مهدلي، **الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية**، الإسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2003.
6) ا. لارامي، ب.فالي، **البحث في الاتصال (عناصر منهجية)**، ترجمة ميلود سفاري وآخرون، قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2004.
7) بشير العلاق، **الاتصال في المنظمات العامة(بين النظرية والممارسة)**، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.
8) جلال عبد الوهاب، **العلاقات الإنسانية والإعلام**، الكويت، ذات السلاسل، 1984.
9) جمال العيفة، **مؤسسات الإعلام والاتصال(الوظائف، الهياكل، الأدوار)**، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.
10) حسين خريف، **المدخل الى الاتصال والتكيف الاجتماعي**، قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال، 2005.
11) حسن عماد مكاوي، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، ط02، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 1997.

12) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، **<u>الاتصال ونظرياته المعاصرة</u>**، ط02، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.

13) حسن عماد مكاوي، **<u>نظريات الإعلام</u>**، ط01، مصر، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.

14) حمدي حسن، **<u>مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال</u>**، مصر، دار الفكر العربي، 1987.

15) حميد الطائي، بشير العلاق، **<u>أساسيات الاتصال: نماذج ومهارات</u>**، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.

16) خليل صابات، **<u>وسائل الاتصال نشأتها وتطورها</u>**، ط05، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1987.

17) راشد محمد عطية أبو صواوين، **<u>تنمية مهارات التواصل الشفوي</u>**، ط01، مصر، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.

18) رحيمة الطيب عيساني، **<u>مدخل إلى الإعلام والاتصال</u>**، ط01، الأردن، عالم الكتب الحديث، 2008.

19) زهير احدادن، **<u>مدخل لعلوم الإعلام والاتصال</u>**، ط02، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1993.

20) سعد آل سعود، **<u>الاتصال والإعلام السياسي</u>**، ط01، المملكة العربية السعودية، القنوات للنشر، 1427هـ.

21) سعد بن محارب المحارب، **<u>الاعلام الجديد في السعودية</u>**، ط01، الكويت، جداول للنشر والتوزيع، 2011.

22) سناء محمد الجبور، **<u>الاعلام والرأي العام العربي والعالمي</u>**، ط01، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.

23) شريف درويش اللبان، هشام عطية عبد المقصود، **<u>مقدمة في مناهج البحث الإعلامي</u>**، ط01، مصر،الدار العربية للنشر والتوزيع، 2008.

24) صلاح الدين شروخ، **<u>منهجية البحث العلمي</u>**، عنابة، دار العلوم للنشر والتوزيع، 2003.

25) صلاح مصطفى الفوال، **<u>مناهج البحث في العلوم الاجتماعية</u>**، مصر، مكتبة غريب، 1983.

26) طارق سيد احمد الخليفي، **<u>الإعلام المحلي في عصر المعلومات</u>**، ط01، لبنان، دار النهضة العربية، 2010.

27) طه عبد العاطي نجم، **الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث**، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.

28) عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي، **الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام**، ط01، مصر، دار الفكر العربي، 1993.

29) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، ط01، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008.

30) عبد الباسط محمد عبد الوهاب، **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني**، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2005.

31) عبد الكريم بوحفص، **الاحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط02، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.

32) عصام سليمان موسى، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط06، عمان، الأردن، إثراء للنشر والتوزيع، 2008.

33) علي غربي، **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، الجزائر، سيرتا، 2006.

34) علي محمد شمو، **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، ط01، مصر، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2002.

35) فرنسيس بال، جيرار ايميري، **وسائط الاعلام الجديدة**، ترجمة: فريد انطونيوس، ط01، لبنان، عويدات للنشر والطباعة، 2001.

36) فضيل دليو، **الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، وسائله**، ط01، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.

37) فضيل دليو، **تاريخ وسائل الاتصال**، قسنطينة، cirta copy، 2006.

38) فضيل دليو، **التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال: المفهوم، الاستعمالات، الآفاق**، ط01، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.

39) فلاح كاظم المحنة، **علم الاتصال بالجماهير (الأفكار، النظريات، الانماط)**، ط01، الأردن، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2001.

40) فواز منصور الحكيم، **سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري**، ط01، الأردن، دار أسامة، 2011.

41) فيصل أبو عيشة، **الإعلام الالكتروني**، ط01، الأردن، دار أسامة، 2010.

42) مؤيد عبد الجبار الحديثي، **العولمة الإعلامية**، ط01، الأردن، الاهلية للنشر والتوزيع، 2002.

43) مجد هاشم الهاشمي، **الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل**، ط01، عمان، دار المستقبل للنشر والتوزيع، 2011.

44) مجدي احمد محمد عبد الله، **مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام**، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2009.

45) محمد أبو سمرة، **الاتصال الإداري والإعلامي**، ط01، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.

46) محمد الفاتح حمدي وآخرون، **تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة (الاستخدام والتأثير)**، ط01، الجزائر، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، 2011.

47) محمد سيد فهمي، **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2006.

48) محمد محمد عمر الطنوبي، **نظريات الاتصال**، ط01، مصر، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، 2001.

49) محمد منير حجاب، **الاتصال الفعال للعلاقات العامة**، ط01، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.

50) محمد منير حجاب، **أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية**، ط01، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.

51) محمد منير حجاب، **الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية**، ط03، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2000.

52) محمد منير حجاب، **نظريات الاتصال**، ط01، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.

53) محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، ط01، القاهرة، مصر، عالم الكتب، 2007.

54) محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، ط02، مصر، عالم الكتب، 1997.

55) محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط03، مصر، عالم الكتب، 2004.

56) محمود علم الدين، **الصحافة الالكترونية**، ط01، القاهرة، السحاب للنشر والتوزيع، 2008.

57) محمود علم الدين، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة**، ط01، مصر، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2005.

58) محمد علي محمد، **الشباب العربي والتغيير الاجتماعي**، لبنان، دار النهضة العربية، 1985.

59) محمد نادر عبد الحكيم السيد، **لغة الخطاب الاعلامي في ضوء نظرية الاتصال**، ط01، مصر، دار الفكر العربي، 2006.

60) مدحت أبو النصر، **مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين**، ط01، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2009.

61) مرزوق عبد الحكم العادلي، **الاعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباعات**، ط01، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.

62) منال طلعت محمود، **مدخل الى علم الاتصال**، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2002.

63) منذر الضامن، **أساسيات البحث العلمي**، ط02، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009.

64) موريس انجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية**، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبة، 2005.

65) مي العبد الله سنو، **الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة**، ط02، بيروت، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 2001.

66) مي العبد الله، **البحث في علوم الاعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الاشكاليات البحثية**، ط01، لبنان، دار النهضة العربية، 2011.

67) نوال محمد عمر، **دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية والحضرية**، مصر، مكتبة نهضة الشرق، 1984.

- **الجرائد والمجلات:**

1) عبير محمد سرور، **الجوال وتأثيره في علاقة الشباب في ريف دمشق –مدينة دوما انموذجا–**، مجلة جامعة حلب (كلية الآداب والعلوم الانسانية)، العدد 69، 2010، سوريا.

2) فضيل دليو، "**الجامعة: تنظيمها وهيكلتها**"، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد الأول، 1995، جامعة قسنطينة.

3) كمال عمران، "**وقت الفراغ في منظور طلبة جامعة دمشق**"، مجلة العلوم الانسانية، العدد 14، ديسمبر 2000، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.

4) **جريدة الخبر**(يومية)، الجزائر، عدد 5213، 09.01.2008.

5) **جريدة الشروق**(يومية)، الجزائر، عدد 3435، 05.10.2011.

➢ **البحوث والرسائل الجامعية:**

1) آمنة سعدون، **التعليم العالي وتنمية قدرات الطالب الجامعي(دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة)**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2005/2004.

2) حاتم الصيد، **الاشاعة والرأي العام الجامعي(دراسة ميدانية ببعض معاهد جامعة منتوري)**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2001/2000.

3) خلاف بومخيلة، **جمهور الطلبة الجزائريين ووسائل الاعلام المكتوب**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2007/2006.

4) سمية تنيو، **الطلبة الجزائريون والبرامج التنموية في الفضائيات العربية**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2007/2006.

5) سميرة منصوري، **اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مكانة المرأة العاملة في المجتمع الجزائري(دراسة ميدانية بجامعة منتوري)**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة، 2001/2000.

6) صفاح امال فاطمة الزهراء، **استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية في اوساط طلبة جامعة مستغانم**، رسالة ماجستيرمنشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2010/2009.

7) مالك شعباني، **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين**، رسالة دكتوراه، قسنطينة، 2006/2005.

8) ياسين بوذراع، **دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين(دراسة ميدانية بجامعة منتوري قسنطينة)**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسنطينة،2010/2009.

➢ المراجع باللغة الأجنبية:

1) Amitabh Kumar, **Mobile TV : DVB-H, DMB, 3G Systems and Rich Media Applications**, (U.S.A, Focal Press, 2007).
2) Alex Mucchielli, **Les Scieces de L'information et De La Communication**, (Paris, Hachette Superieur, 2006).
3) Brian Fling, **Mobile Design and Development**,(U.S.A, O'Reilly Media, 2009).
4) Bruno Ollivier, **Les Sciences De La Communication**, (Paris, Armand Colin, 2007).
5) Frank H.P. Fitzek, Frank Reichert**, Mobile Phone Programming and Its Application To Wireless Networking**, (Netherland, Springer, 2007).
6) Gordon L. Stϋber, **Principles Of Mobile Communication Second Edition**,(U.S.A , Kluwer Academic Publishers, 2002).
7) Gunnar Heine, Holger Sagkob, **GPRS : Gateway to Third Generation Mobile Networks**,(London, Artech House, 2003).
8) Gwenael Le Bodic, **Mobile Messaging : Technologies and Services**, (England, John Wiley &Sons Ltd, 2003).
9) Krzysztof Wesolowski, **Mobile Communication Systems** ,(England, John Wiley &Sons Ltd, 2002).
10) **OXFORD STUDENT'S DICTIONARY**, (Ingland, oxford university, press2007).
11) **Parcours et perspectives**, université de Constantine, Decembre2007.
12) Pei Zheng, Lionel Ni, **Smart Phone And Next Generation Mobile Computing**,(San Francisco, Elsevier, 2006).
13) Pierre Albert, Christine Leteinturier, **Les Medias Dans Le Monde**, (Paris, Ellipses, 1999).
14) Pierre Musso, **Les Télécommunication**, (Paris, La Découverte, 2008).

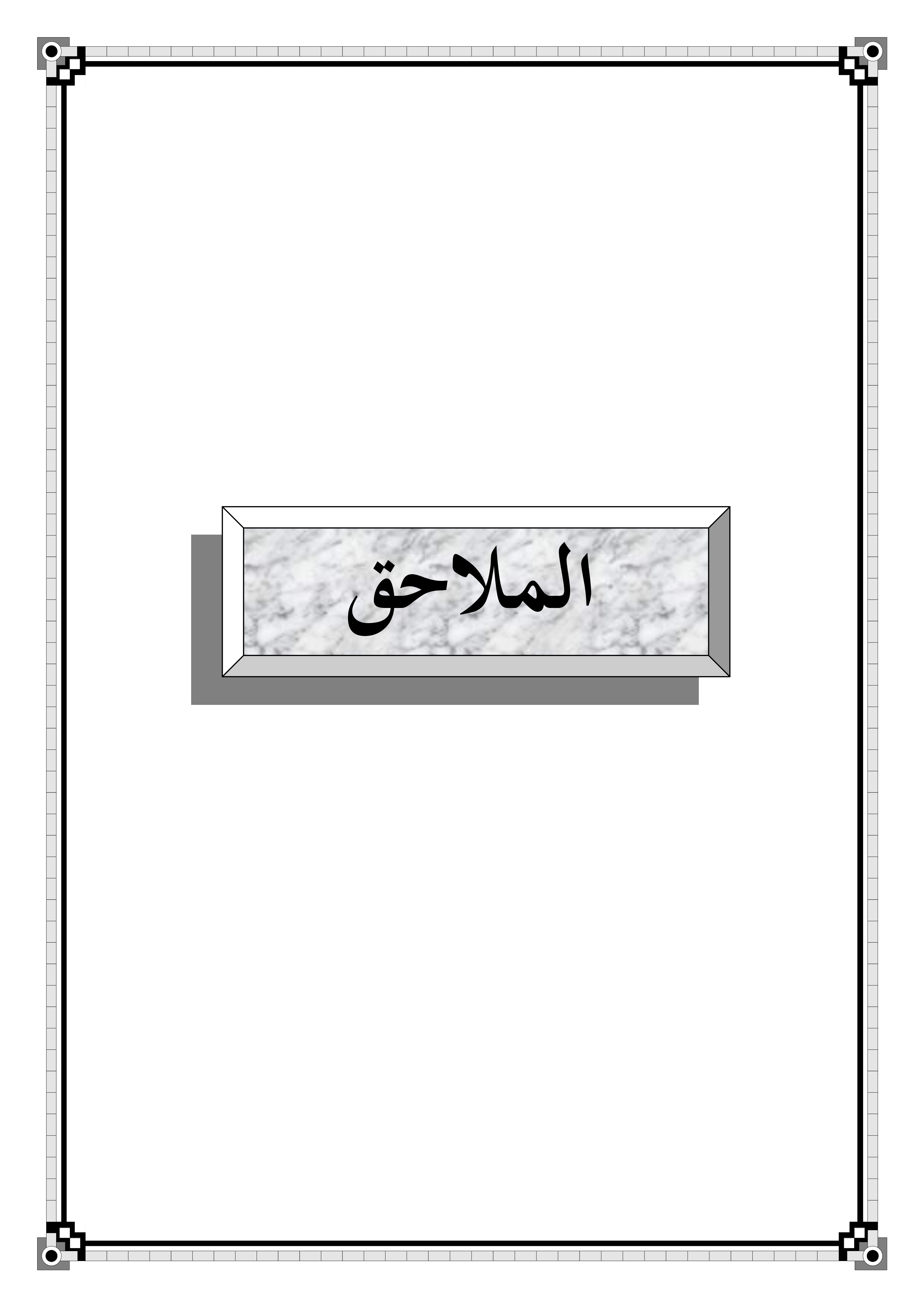
15) Raj Pandy, **Mobile And Personal Communication Services And Systems**, (New York, IEEE Press Marketing,2000).

16) Ramjee Prasad et al, **Globalization Of Mobile and Wireless Communications : today and in 2020**, (NewYork, Springer, 2011).

17) Tony Wakefield et al, **Introduction To Mobile Communication : technology, services, markets**,(New York, Auerbach Publications, 2007).

➢ **المواقع الالكترونية:**

1) Elhyes-abdelwahab.blogspot.com
2) JFeleman.Kau.edu.sa
3) www.webopedia.com
4) www.algerietelecom.dz
5) www.mptic.dz
6) www.otalgerie.com
7) www.mobiliz.dz
8) www.nedjma.dz



الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر –باتنة-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية و العلوم الإسلامية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان بحث حول:

تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي: طلبة جامعة قسنطينة أنموذجا.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: تخصص إعلام وتكنولوجيا حديثة.

إعداد الطالبة :

ماضوي مريم

تحت إشراف:

د. احمد عيساوي

إن المعلومات والبيانات المتحصل عليها تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2012/2011

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

التخصص العلمي:

المستوى الاقتصادي: ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐

أولا– استخدامات الهاتف النقال:

1.منذ متى تستخدم الهاتف النقال؟

اقل من سنة ☐ اقل من 03 سنوات ☐
أكثر من 03 سنوات ☐

2.ما هو عدد الشرائح التي تملكها؟

واحد ☐ اثنين ☐ أكثر من اثنين ☐

3.ما هو معدل استخدامك اليومي للنقال؟

اقل من نصف ساعة ☐ نصف ساعة-ساعة ☐
أكثر من ساعة ☐

4. ما هو معدل المكالمات التي تجريها عادة في اليوم؟

مكالمة واحدة ☐ اثنين ☐ أكثر من اثنين ☐

5.ما هو معدل استخدامك اليومي للرسائل القصيرة sms ؟

رسالة كل يوم ☐ رسالتين ☐ أكثر من رسالتين ☐

6. هل تستخدم ال mms أو الرسائل المصورة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

7. هل تستمع للموسيقى بواسطة هاتفك النقال ؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

8.إذا كانت الإجابة نعم فكم تستغرق في ذلك؟

اقل من 30 د ☐ 30د-ساعة ☐

أكثر من ساعة ☐

9.ما هي التطبيقات الهاتفية الأخرى التي قد تستخدمها (اذكرها مرتبة حسب اهميتها)؟

....

....

ثانيا- دوافع استخدام الهاتف النقال:

10.ما هو السبب الرئيسي الذي دفعك لاقتناء الهاتف النقال؟

الحاجة للتواصل مع الغير ☐ لمجرد التقليد والاعتبارات الاجتماعية ☐

لأغراض العمل ☐

أخرى اذكرها...

....

11.ما نوع المكالمات التي تجريها غالبا؟

مكالمات عمل ☐ مكالمات مع الأهل والأصدقاء ☐

مكالمات عاطفية ☐ مكالمات دينية ☐

أخرى اذكرها ....

....

12.لماذا تستخدم الرسائل القصيرةSMS؟

لتبادل التهاني في المناسبات ☐ تبادل الأخبار ☐

لضبط المواعيد ☐ التعبير عن المشاعر العاطفية ☐

أخرى اذكرها ....

....

13 .هل تخزن معلومات خاصة في هاتفك؟

نعم ☐ لا ☐

14. هل ترى أن الهاتف النقال وسيلة مناسبة لحفظ الأسرار؟

نعم ☐ لا ☐

15. هل تفضل : خدمة SMS ☐ خدمة المكالمات ☐

لماذا؟ ....

....

16. هل يساعدك الهاتف النقال على تفادي الوضعيات الحرجة؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

17. هل سبق وان استغليت النقال لإعطاء معلومات خاطئة عن مكان تواجدك أو ظروفك ؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

18. هل يشكل لك الهاتف النقال وسيلة:

تسلية ☐ لإقامة العلاقات أو الحفاظ عليها ☐

لانجاز الأعمال ☐

ثالثا- الهاتف النقال والاتصال الاجتماعي:

19. من هم الأشخاص الذين تتواصل معهم أكثر عبر النقال؟.

الأهل والأقارب ☐ الأصدقاء ☐

شخص تربطك به علاقة عاطفية ☐ الأساتذة ☐

أخرى اذكرها ....

....

20. هل تواصلك معهم يكون :

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

21. هل تلتقي بهم بصفة شخصية (وجها لوجه) :

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

22.هل تزور الأهل ؟

بصفة دائمة ☐ بصفة متقطعة ☐ تكتفي بالمكالمات عبر النقال ☐

تكتفي بإرسال الرسائل القصيرة ☐

23.هل تتواصل مع أفراد الأسرة بواسطة النقال؟

نعم ☐ لا ☐

24.إذا كانت الإجابة نعم فما هي أسباب اتصالك بهم؟ ....

....

....

....

25.أثناء الجلوس مع الأسرة هل انك غالبا:

تشاركهم الحديث ☐ تنشغل عنهم بهاتفك النقال ☐

26.هل تجد حرجا في إطلاع أفراد أسرتك على محتويات هاتفك النقال؟

نعم ☐ لا ☐

27.هل تستخدم الهاتف النقال لإقامة علاقات عاطفية؟

نعم ☐ لا ☐

28.إذا كانت الإجابة نعم لماذا؟

الخجل ☐ سهولة بناء العلاقات ☐

البقاء على اتصال دائم بالطرف الأخر ☐ الابتعاد عن رقابة الأسرة والمجتمع ☐ الحفاظ على سرية العلاقة ☐

أخرى تذكر...

....

29.هل ترى أن المحمول قلل من الرقابة الأبوية على الأبناء؟

نعم ☐ لا ☐

رابعا- الاتصال الوسيلي والبعد الإنساني للعلاقات بين الأفراد:

30.هل تحمل هاتفك النقال معك في كل مكان؟

نعم ☐ لا ☐

31.هل تفضل التواصل مع الغير:

عبر الهاتف النقال ☐ مباشرة وجها لوجه ☐

32 .هل ترى أن النقال ساعدك في تقوية علاقاتك مع الغير؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

33.هل أدى النقال إلى تقليل نسبة تواصلك مع الغير بشكل مباشر(وجها لوجه)؟

نعم ☐ لا ☐ ليس كثيرا ☐

43.هل جعلك النقال لا تشتاق إلى من تتواصل معهم ؟

غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

35.هل ترى أن النقال قلل من حميمية العلاقات بين الأفراد؟

كليا ☐ نسبيا ☐ أبدا ☐

36.هل يمكنك الاستغناء عن الهاتف النقال؟

نعم ☐ لا ☐

لماذا؟ ....

....

....

....

ملخص الدراسة

إن ظهور الهاتف النقال كتقنية اتصالية ألغت الفروق المكانية والزمانية بين طرفي الاتصال، اضافة إلى خصائصه المتمثلة في الصغر، وقابلية التحرك، والتنقل، وتعدد تطبيقاته وخدماته، جلب اليه أنظار المستخدمين وجعله ينتشر بشكل واسع داخل المجتمعات. وبغية الكشف عن الآثار التي خلفها استخدام الهاتف النقال على العملية الاتصالية، تمَّ اجراء هذه الدراسة التي تبحث في تأثيرات الهاتف النقال على انماط الاتصال الاجتماعي لدى طلبة جامعة قسنطينة، المسجلين للموسم الجامعي 2012/2011م كنموذج عن الجامعات الجزائرية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الكشف عن أهم تأثيرات تقنية الهاتف النقال على الأشكال والأنماط الاتصالية التي يعتمدها الطالب الجامعي في التواصل مع غيره، وكذا الكشف عن الأنماط الاتصالية الجديدة التي فرضها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى معرفة:

- كيفية استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي، والدوافع التي تقف وراء ذلك.
- التأثيرات التي أحدثها الهاتف النقال على أنماط الاتصال لدى الطالب الجامعي.
- الأنواع الاتصالية الجديدة التي أفرزها استخدام الهاتف النقال.

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي مراحل تطور الهاتف النقال؟
2. كيف يستخدم الطالب الجامعي الهاتف النقال؟
3. ما هي دوافع هذا الاستخدام؟
4. ما هي أنماط الاتصال الاجتماعي الموجودة؟
5. هل أدى الهاتف النقال إلى انحسار الاتصال الشخصي المباشر لدى الطالب الجامعي؟

6. هل دفع استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي، إلى زيادة اعتماده الاتصال الوسيلي على حساب الاتصال الشخصي؟
7. هل عززت خدمت الرسائل القصيرة الاتصال المكتوب لدى الطالب الجامعي؟
8. ما تأثيرات استخدام الهاتف النقال من طرف الطالب الجامعي على علاقاته الأسرية؟
9. هل قضى الهاتف النقال على البعدين المكاني والزماني، وعمَّق البعد الاجتماعي الانساني للعلاقات بالنسبة للطالب الجامعي؟

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لوصف تأثيرات الهاتف النقال على أنماط الاتصال لدى الطالب الجامعي، ومحاولة تفسيرها.

أدوات جمع البيانات:

تم اعتماد أداة "الاستبيان" لجمع البيانات الميدانية، التي تسمح بالوصول إلى نتائج تجيب عن تساؤلات الدراسة.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على 313 طالب من جامعة قسنطينة، تم اختيارهم بطريقة العينة الطبقية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- فيما يخص عادات ودوافع الاستخدام:

1. أوجد الهاتف النقال طرقا اتصالية جديدة لدى الطالب الجامعي، تتمثل في التواصل عن طريق المكالمات والتراسل المكتوب.
2. استخدام الطالب الجامعي لخدمة المكالمات يفوق استخدامه لخدمة الرسائل القصيرة.
3. يغلب على استخدامات الطالب الجامعي للهاتف النقال الطابع السلبي، حيث أن 52.72% من أفراد العينة يستمعون للموسيقى من خلال الهاتف النقال، و27.27% يستخدمون كثيرا تطبيقات

التنسيق، و26.92% يستخدمون تطبيقات الألعاب، و20.50% يستخدمون تطبيقات التصوير وتسجيل أفلام الفيديو.

4. استخدام الطالب الجامعي للهاتف النقال في التواصل الاجتماعي يصب في اطار التواصل مع الأهل والأصدقاء وإقامة العلاقات العاطفية.

- الهاتف النقال والاتصال الاجتماعي:

1. يفضل الطالب الجامعي خدمة المكالمات، ويعتبرها أقرب للاتصال الشخصي، بينما تمثل خدمة الرسائل القصيرة بالنسبة له، وسيلة لتبادل التهاني والمعايدات فقط.
2. ساهم النقال في تعزيز الاتصال الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، خاصة مع الأصدقاء، وجعله على ارتباط دائم بهم.
3. عزز الهاتف النقال الاتصال ما بين الطالب الجامعي وأفراد أسرته، وسمح له بالبقاء على اتصال دائم بهم، حتى خارج حدود المنزل.
4. لا يعتبر الهاتف النقال سببا للعزلة وغياب الحوار الأسري لدى الطالب الجامعي، ذلك أنه يفضل مشاركة أفراد أسرته الحديث أثناء مجالستهم، على الانشغال بهاتفه النقال.
5. يستغل الطالب الجامعي الهاتف النقال في الكذب، وإعطاء معلومات خاطئة عن مكان تواجده.
6. سهل الهاتف النقال إقامة العلاقات العاطفية بين الجنسين بطريقة سرية.
7. ساهم الهاتف النقال في تقليل الرقابة الأبوية على الأبناء.

- الهاتف النقال والعلاقات الاجتماعية للطالب الجامعي:

1. لم يؤدي الهاتف النقال إلى انحسار الاتصال الشخصي لدى الطالب الجامعي.
2. لم يدفع الهاتف النقال الطالب الجامعي، إلى اعتماد الاتصال الوسيلي على حساب الاتصال الشخصي.
3. أدى الهاتف النقال إلى انحسار البعد الانساني العاطفي في العلاقات، حيث أنه قلل من عنصر الشوق للآخرين لدى الطالب الجامعي، كما قلل نسبيا من حميمية علاقاته بغيره.

Summary of study

The emergence of mobile phone as a communication technology, canceled the spatial and temporal constraints between the parties of communication, in addition to its characteristics of smallness and mobility, and its multiple applications and services, attracted the attention of users. In order to reveal the consequences of the use of mobile phone on the communication process, has been conducting this study, which looking at the effects of mobile phone on social communication types, for the students of university of Constantine, registred for the university season 2011/2012 as a model of the Algerian universities.

Importance of the study :

The importance of the study coming from the detection of the most important effects of mobile phone on forms and types of communication adopted by the university student in communicating with others, as well as, the detection of new types imposed by it.

Objectives of the study :

The study aims to find out :

1. *How to use the mobile phone by the university student, and the motives behind this use.*
2. *Effects caused by mobile phone on types of communication, for the university student.*
3. *The new types of communication imposed by the mobile phone.*

The study questions :

1. *What are the stages of the development of mobile phone ?*
2. *How does the university student use the mobile phone ?*
3. *What are the motives of this use ?*
4. *What are the types of social communication existing ?*
5. *Did the mobile phone lead to receding of personal communication for the university student ?*
6. *Did the use of mobile phone, lead the student to increase the adoption of instrumental communication at the expense of personal communication ?*
7. *Did the SMS service promoting the written communication ?*
8. *What are the effects of mobile phone use in the relationshipes between the student and his family ?*

9. *Did the mobile phone cancel the spatial and temporal dimensions, and deepen the social humane dimension of relations for the university student ?*

The curriculum :

The study was depended on the descriptive method.

Tools of the study :

In this study we used the « questionnaire » as a tool of gathering the field informations.

Sample of the study :

The study was applied on 313 students of university of Constantine which they were be selected by the stratified sample.

Results of the study :

The study attained to this resultes :

- *Habits and motives of use :*
  1. *The mobile phone has produced a new ways of connecting for the university student, are the communicate through calls and messaging.*
  2. *The university student uses the call service more than the SMS service.*
  3. *The use of mobile phone by the university student take a negative character, where that 52.72% of sample listenning to music through the mobile phone, and 27.27% use frequently coordination applications, and 26.92% use game applications, and 20.50% use photography applications and recording videos.*
  4. *The use of mobile phone by the university student on the social communication, is limited to communicate with family and friends, and the creation of emotional relationships.*
- *Mobile phone and social communication :*
  1. *The university student prefers the call service, and considers it closer to the personal contact; while the SMS service represents for him a means of exchanging congratulations and greeting only.*
  2. *The mobile phone rienforced social communication for the university student, especialy with friends, and make him in permanent contact with them.*
  3. *The mobile phone rienforced the communication between the university student and his family even outside the home.*

4. *The mobile phone is not a reason for isolation and absence of family dialog for the student, because he prefers to share his family members the talk rather than preoccupation with his mobile phone.*
5. *The university student exploits mobile phone to lie and giving false informations about his whereabouts.*
6. *The mobile phone made the creation of emotional relations between the sexes so easy, and in a confidential manner.*
7. *The mobile phone contributed in reducing parental supervision of children.*

- *Mobile phone and the social relationships of university student :*
  1. *Mobile phone didn't lead to the decline of personal contact for university student.*
  2. *Mobile phone didn't pay the university student to the adoption of instrumental communication at the expense of personal contact.*
  3. *Mobile phone led to decline the emotional dimension of relations, where he reduced the element of longing to others, and it reduced also the intimate of relations with others.*

فهرس المحتويات

فهرس الجداول: